

ЦЭНТР ЕЎРАПЕЙСКАЙ ТРАНСФАРМАЦЫІ
CENTRE FOR EUROPEAN TRANSFORMATION

Социальная база программ трансформаций в Беларуси

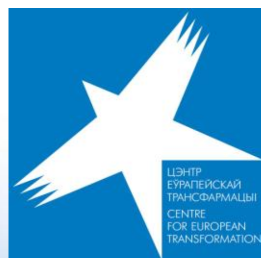
Отчет по результатам исследования

http://cet.eurobelarus.info

ЦЭНТР ЕЎРАПЕЙСКАЙ ТРАНСФАРМАЦЫІ
CENTRE FOR EUROPEAN TRANSFORMATION

Автор исследования:

Оксана Шелест — старший аналитик Центра европейской трансформации, кандидат социологических наук (*PhD*). Окончила отделение социологии Белорусского государственного университета, аспирантуру Института социологии Национальной академии наук Беларуси. Работала в Институте социологии НАН Беларуси: руководила сектором методики и практики оперативных исследований, занимала должность ученого секретаря, возглавляла отдел технологий социологических исследований. Является экспертом аналитической группы Агентства гуманитарных технологий. Лауреат Премии Международного Конгресса исследователей Беларуси в номинации «Социальные и политические науки» (2013).



Центр европейской трансформации
Минск, Беларусь

cet@eurobelarus.info
cet.eurobelarus.info
+375 29 6185388

 Facebook  Twitter  VKontakte

Содержание

Постановка проблемы и методология исследования

Проблемная ситуация

Необходимым условием демократических трансформаций в Беларуси является формирование сильного гражданского общества, которое должно выполнять три главные функции: 1) выступать полноценной стороной диалога в определении повестки развития страны; 2) продуцировать среду появления и реализации инноваций в экономическом, технологическом и социокультурном развитии страны; 3) мобилизовывать интеллектуальный и человеческий потенциал для осуществления трансформаций.

Для того чтобы реализовывать эти функции, необходимо: 1) наличие самоопределенных субъектов в поле гражданского общества Беларуси, имеющих собственные программные установки и видение необходимых изменений в национальном масштабе или в конкретной сфере; 2) социальная база поддержки и распространения этих установок и реализации программ.

Несмотря на разного рода препятствия для развития гражданского общества (авторитаризм и репрессивность беларусской государственной системы, отсутствие политического поля в Беларуси, донорская политика, общеевропейская тенденция к институционализации гражданского общества в виде НГО, меняющих функцию источника общественных изменений и гражданского контроля на место в сложившейся секторной структуре общественно-экономических отношений), мы сегодня можем назвать ряд сфер, в которых действуют субъекты гражданского общества, имеющие программные установки по отношению и к этим сферам, и к Беларуси в целом. Это следующие сферы: университет и высшее образование; национальная идентичность и культура; экология; права социально уязвимых групп (людей с инвалидностью, пациентов, женщин и т.п.).

Гораздо сложнее дать характеристику социальной базы реализующихся программ. Очевидно, что население Беларуси в целом имеет весьма туманное представление как о гражданском обществе в целом, его смысле, функциях и назначении, так и о конкретных акторах, программах и кампаниях, которые они разворачивают. Надо признать, что мы имеем разные эмпирические данные на этот счет. Так, в отчете по результатам исследования, выполненного в 2014 году НИСЭПИ по инициативе международной некоммерческой организации *PACT*, утверждается, что «количество граждан Беларуси, которые знают о деятельности общественных организаций, а именно — принимали участие в мероприятиях общественных организаций или получали от них услуги», на момент исследования, составило 52,1%[1]. Правда, в этом же отчете утверждается, что в 2013 году этот показатель составлял 30,3%, т.е. за год доля вовлеченных в деятельность общественных организаций увеличилась почти вдвое. Кроме вполне естественных сомнений в возможности столь масштабных изменений за столь короткое время, конкретизация этих данных показывает, что речь здесь идет не о том гражданском обществе, которое является объектом нашей заботы и объектом нашего исследования. Авторы исследования пишут: «Среди всех видов общественных

---

[1] См.: **Анализ общественного мнения: Осведомленность белорусов о деятельности общественных организаций выросла с 30% до 52%** // ОДБ Беларусь. — 06.11.2014: http://by.odb-office.eu/analityka/analiz-obshchestvennogo-mneniya-osvedomlennost-belorusov-o-deyatelnosti-obshchestvennyh-organizaciy.



объединений граждане Беларуси наиболее знакомы с деятельностью официальных профсоюзов (62,1% — в 2014-м, 51,5% — в 2013-м и 53,7% — в 2012-м году)»[2]. Очевидно, что официальные профсоюзы, практически не изменившие своей сути с советских времен, не имеют ничего общего с гражданским обществом, а значит, эти данные ничего не говорят нам о нашем объекте. Данные других исследований также не способствуют снятию неопределенности. Исследование, проведенное Центром европейской трансформации совместно с Белорусским институтом стратегических исследований в 2015 году, показывает низкий потенциал солидарности в беларусском обществе и довольно низкий уровень общественной активности беларусских граждан[3]. По данным исследования, проведенного в 2016 году группой компаний «САТИО», только 14,5% беларусов слышали о существовании правозащитных организаций в нашей стране, при этом наиболее высокие рейтинги известности конкретных организаций (в частности, РПОО «Белорусский Хельсинский комитета», ОО «Белорусская ассоциация журналистов», Правозащитного центра «Вясна») достигают только уровня 5-6%[4].

В целом, данные разных исследований позволяют как-то характеризовать имеющийся уровень представлений и гражданской активности беларусского общества, но дают очень мало материала для практических выводов. И это связано не только со сложностями и ограничениями методики и методологии проводимых исследований, но и с серьезными теоретическими пробелами в самих представлениях о беларусском обществе.

Актуальное состояние беларусского общества до настоящего времени не получило приемлемой концептуализации. Все попытки использовать имеющиеся теории (теории транзита, среднего класса, демократизации, постколониальная теория и т.п.) для описания структуры и процессов трансформаций беларусского социума не приводят к успеху. «Успехом» в этом месте мы называем такое представление о социальной структуре, которое не только позволяет объяснять наблюдаемые феномены и случающиеся события, но и может служить базой для построения стратегий и планирования конкретных действий в рамках реализации программ социальных трансформаций.

В условиях этой теоретической неопределенности мы возьмем в качестве «креативной гипотезы» теорию «трех миров», разрабатываемую беларусским философом и методологом Владимиром Мацкевичем[5], и

---

[2] Там же.

[3] См.: **Потенциал солидарности в беларусском обществе. Отчет по результатам исследования** / ЦЕТ, *BISS* // Центр европейской трансформации. — 18.12.2015: http://cet.eurobelarus.info/files/userfiles/5/CET/2015_Solidarity-National-Belarus-RU.pdf.

[4] См.: **Права человека и правозащитная деятельность в общественном мнении населения Беларуси.** Декабрь 2016 // *Freedom House*: https://freedomhouse.org/sites/default/files/2016_FH_Belarus_HR_Sociology_Report_PRINT_Russian.pdf.

[5] См., в частности: **КДБ. Каждый день беларуса.** Доклад Владимира Мацкевича на конференции Летучего университета и Центра европейской трансформации «Представляя Беларусь: образы и идеи, проекты и утопии» (Минск, 11-12 апреля 2016 года) // *YouTube*-канал Летучего университета. — 14.03.2016: https://www.youtube.com/watch?v=pG_RIKTCP0E; **Будущее Беларуси: прогнозы, проекты, мечты и фантазии.** Публичная лекция Владимира Мацкевича в цикле лекций Летучего университета и Центра европейской

попробуем описать некоторые характеристики беларусского общества, исходя из заданных в ней представлений.

Владимир Мацкевич строит свою концепцию разделения всех стран и обществ на основании такого критерия, как отношение к инновациям. «Первый мир» составляют страны, производящие инновации, «второй мир» — заимствующие и адаптирующие их, «третий мир» сопротивляется инновациям и претерпевает последствия их внедрения. Утверждается, что границы этих «миров» проходят не по границам национальных государств, а поверх них, и в рамках одной страны, одного государства могут жить люди, принадлежащие к разным «мирам». Принадлежность же страны к одному из «миров» определяется ориентациями ее «правящего класса». Второе важное измерение, которое Владимир Мацкевич добавляет в ход своего рассуждения, исходя из контекста процессов глобализации, который нельзя исключить, а также исходя из задачи поиска агентов развития в Беларуси, — это масштаб самоопределения, границы мира, в которых люди выстраивают свои индивидуальные планы и стратегии, карьерные траектории и т.п. Гипотеза состоит в том, что агентами перемен, заинтересованными и могущими включиться в процессы трансформации Беларуси, являются люди или группы людей, с одной стороны — ориентированные на производство и потребление инноваций, а с другой — имеющие национальный масштаб самоопределения, т.е. планирующие обустраивать свою жизнь (а возможно, и жизнь своих детей) в рамках страны.

Важным фактором развития Беларуси и единственной возможностью занять достойное место в глобальном мире является наличие в стране человеческого ресурса, относящегося к «первому миру», — людей, которые находятся на острие процесса производства и творения технологических и социальных инноваций, обладают соответствующими компетенциями и масштабом видения. Проблема состоит в том, что такие люди чаще всего «космополитичны» и в смысле ценностей и представлений, и в смысле образа жизни. Поскольку территориальные критерии в нашем высокомобильном и все больше дигитализирующемся мире практически утрачивают значение, то люди «первого мира» не имеют особой «привязки к месту». Соответственно, они не имеют интереса к вопросам национальной политики и страновым проблемам, существуя в мире проблем, вызовов и трансформаций иного масштаба. Тогда вторым необходимым для развития страны фактором выступает наличие «реформаторов» — людей, обладающих высокой восприимчивостью к инновациям и, в то же время, имеющих национальный масштаб самоопределения. Третьим фактором (наиболее проблемным) выступает необходимость взаимодействия между представителями «первого» и «второго» миров в целях развития страны, однако границы «миров» не так легко проницаемы, и установление такого взаимодействия не осуществляется автоматически.

Мы далеки от мысли сразу перевести это развернутое теоретическое полагание в область операционализации и эмпирической проверки, тем более что представленность разных «миров» в трансформационных процессах оценивается по наличию субъектов, реализующих те или иные стратегии деятельности и жизни. Задача, которую мы ставим в этом исследовании, состоит в описании беларусского

трансформации «Представляя Беларусь: идеи и образы для совместного будущего» (19 апреля 2016 года) // *YouTube*-канал Летучего университета. — 20.04.2016: https://www.youtube.com/watch?v=gztWF6KG_WU.

общества с точки зрения значимых в данной концепции характеристик как социальной базы поддержки и реализации действий в логике «первого», «второго» либо «третьего» миров.

Цель исследования — дать содержательное и количественное описание беларусского общества по критерию отношения к инновациям и масштабу самоопределения.

Основные задачи исследования:

1. Выявление основных характеристик инновационного поведения беларусов, восприимчивости и установок по отношению к инновациям и социальным трансформациям;
2. Описание «локусов самоопределения» беларусов: границы мира, в котором респонденты чувствуют себя «своими», а также общности и группы, с которыми они себя идентифицируют;
3. Анализ связи восприимчивости к инновациям с образожизненными характеристиками как фактором, влияющим на степень этой восприимчивости;
4. Анализ потенциала и факторов деятельностного участия беларусов в трансформационных процессах через описание мировоззренческих и социально-политических установок, а также опыта участия в общественно-политической жизни и восприятия организаций гражданского общества (ОГО) в качестве субъекта трансформаций.

Исследование выполнено **Центром европейской трансформации**[6] в период: **май-октябрь 2016 года**.

В ходе исследования мы также затронули некоторые вопросы, тем или иным образом связанные с кампаниями, которые Международный консорциум «ЕвроБеларусь»[7] в сотрудничестве с другими субъектами гражданского общества реализовывал последние три года. Поскольку кампании эти довольно разные по содержанию, то и вопросы, которые мы исследовали для них, разные, и определялись они скорее из внутренней логики самих кампаний, чем из каких-либо общих задач.

Основные понятия, их интерпретация и операционализация

Инновация — это введение в употребление и использование принципиально нового процесса или продукта. Важный акцент в этом понятии делается именно на «введении в употребление». То есть это не просто изобретение, а изобретение, введенное и изменившее некую организацию жизни и деятельности, не просто идея, а воплощенная идея, не просто проект нового общественного устройства, а осуществленный процесс трансформации норм, социальных институтов, установок, обыденных практик.

[6] **Центр европейской трансформации**, см.: https://cet.eurobelarus.info.

[7] **Международный консорциум «ЕвроБеларусь»**, см.: https://eurobelarus.info/consortium/.

Различают разные виды инноваций: например, продуктные, процессные и управленческие; экономические, политические, социальные. Здесь критерий классификации зависит от задачи. Для наших целей нам важно развести технические инновации как те, что имеют своим источником развитие производственных технологий, и социальные инновации, появляющиеся в результате воплощения новых идей социокультурного и политического устройства.

Один из самых проблемных аспектов как осуществления, так и анализа инновационных процессов — это учет двух интенций: 1) проектирование и измерение прямых эффектов инновации и комплексного воздействия на среду; 2) отслеживание изменения процессов и сред, напрямую не связанных с внедряемой инновацией.

Процесс внедрения социальных инноваций в русскоязычной литературе часто сводится к переходу на новые способы оказания социальных услуг населению, в реализацию которых включены организации гражданского общества, что неоправданно сужает содержание этого понятия.

Операционализация понятия «инновация» до измеримых характеристик представляет собой серьезную проблему. Термин «инновация» не является укорененным в нашем культурном пространстве. Несмотря на то, что само слово употребляется в СМИ и общественном дискурсе, возможно, даже чаще, чем в этом есть потребность, смысл и значение его размыто. Мы не нашли данных о подобных исследованиях в Беларуси, но можно предполагать, что в этом отношении наша ситуация не будет отличаться коренным образом от российской. Обратимся к выводам исследования, выполненного в 2011 году Фондом «Общественное мнение» (ФОМ): «Слово «инновация» для «обычных людей», далеких от теории и практики инноваций, явно является чужим, редкоупотребимым. В обыденных интерпретациях термина «инновация» почти не встречаются яркие ассоциации. Сухие, не образные ответы указывают на то, что это слово относят к научной или экономической сфере. <...> Данные опроса показывают, что «люди с улицы» практически не соотносят обсуждаемое понятие с собственной жизнью». Согласно исследованию ФОМ, наиболее часто в обыденном сознании термин «инновация» имеет следующие корреляты: новшество, нововведение, новаторство, изобретение, открытие, современное, прогрессивное, способствующее развитию[8].

Восприимчивость к инновациям. Чаще всего, в работах, посвященных инноватике, речь идет об инновационной восприимчивости предприятий, организаций, национальных экономик и т.п. На уровне индивидуального сознания и поведения под восприимчивостью к инновациям мы будем понимать интегральную характеристику, складывающуюся из двух измерений:

1) **восприятие инноваций** (понимание инноваций, модальность оценки, оценка рисков, потребность в инновациях);
2) **инновационное поведение** как участие в процессах производства инноваций и реальное использование инновационных продуктов (участие в потреблении).

---

[8] См.: **Инновации: обыденные интерпретации и версии «народных экспертов»** // Фонд «Общественное мнение». — 10.06.2013: http://fom.ru/special/skolkovo/10495.

Локус самоопределения. В данном случае имеются в виду границы пространства, в котором человек выстраивает свое прошлое, настоящее и будущее. Для данного исследования нам важны три типа самоопределения:

1) **культурно-историческое самоопределение** («Восток» или «Запад»);
2) **пространственное самоопределение** (местное/локальное («тутэйшасць), национальное, глобальное);
3) **актуально-политическое самоопределение** («Европа» или «Россия»).

Образ жизни. Образ жизни мы будем понимать в контексте наших разработок в этой области, что задает значимые характеристики интерпретации данного понятия.

Во-первых, мы должны различать два момента, заключенные в самой этимологии термина: 1) образ жизни как определенный способ жизни человека или группы людей, определенная регулярность и качественная специфика, скрывающаяся за многообразием проявлений и организующая их; 2) образ жизни как отображение, картина, зафиксированная норма и эталон[9]. В исследовательском залоге мы будем иметь дело с первым значением, как с тем, что подлежит объективации и измерению.

Во-вторых, отказываясь от подхода к образу жизни как производному от уровня жизни или принадлежности к определенной социальной группе, классу, страте и т.д., мы должны отказаться от идеи описания нормативного полагания образов жизни этих групп и последующего измерения реальных поведенческих практик на соответствие норме. В рамках представлений об образе жизни как динамической категории мы можем строить эмпирическое измерение и описание существующих в Беларуси образов жизни в категориях:

- **пространства**, в котором реализуется тот или иной образ жизни (географическое и социальное пространство, «каждый день беларуса» (КДБ));
- **времени** (соотношение в том или ином образе жизни свободного и необходимого времени);
- **интенсивности** (характеристики темпа, мобильности, ритма того или иного образа жизни);
- **модальность восприятия** (оценка и удовлетворенность своим образом жизни);
- **контролируемости** (способность управлять изменением образа жизни, выстраивать его в соответствии с собственными желаниями и устремлениями).

---

[9] См.: *Водолажская Т., Мацкевич В.* **Качество и образ жизни в Беларуси: эволюция и возможности трансформации**. — Мн., 2010. — С. 66 // Центр европейской трансформации: https://cet.eurobelarus.info/files/65/58/Book_Life_Quality_rus.pdf.

Две последние характеристики предполагают высокую степень рефлексивности людей и изначально искусственное, конструктивистское отношение к образу жизни. Скорее всего, и то, и другое встречается в Беларуси крайне редко. Кроме того, надо четко понимать, что только наш подход, который позволяет рассматривать образ жизни и как естественное образование, ситуацию реализации нормы, в которую человек попадает и следует ей как данности, и как объект искусственного отношения, который может быть визуализирован, описан, мультиплицирован, выбран, сформирован индивидом, группой или культурой, требует введения таких допущений и характеристик.

Характеристики и факторы деятельностного участия в трансформационных процессах

Опыт участия в общественно-политической жизни. Нас интересует разные виды такого участия: от участия в различных формах солидарных действий до реализации собственных инициатив. Опыт участия и его формы нас интересуют как характеристика потенциала участия в общественных преобразованиях и трансформациях.

Политическое представительство — это институты и субъекты, которые, по мнению людей, представляют и защищают их интересы. Важно выяснить, кто, с точки зрения респондентов, представляет их интересы сейчас, а также представление о том, кто вообще может это представительство осуществлять. Задача — оценить место и роль разных субъектов (в том числе организаций гражданского общества) в реальных или потенциальных отношениях политического представления граждан и групп.

Установки по отношению к социально-политическим трансформациям — это оценка пройденного этапа, установки на трансформацию/консервацию ситуации в разных сферах, определение сфер, в которых трансформации необходимы.

Знание и оценка субъектов гражданского общества. Круг субъектов определяется в первую очередь актуально разворачивающимися программами и кампаниями, включает в себя как субъектов, давно действующих на поле гражданского общества Беларуси, так и относительно новые, но интенсивно развивающиеся организации и инициативы.

Полевой этап исследования, характеристика выборки

Эмпирическим материалом исследования служат в основном данные национального социологического опроса, полевой этап которого реализован **Департаментом маркетинговых исследований «САТИО»**[10] в **августе 2016 года**.

Метод проведения опроса — **анкетный опрос** по месту жительства респондентов. Опрос репрезентативен для населения Беларуси от 16 лет и старше.

В данном исследовании использовалась **национальная многоступенчатая стратифицированная выборка**. Критерием стратификации выборки выступал размер населенного пункта. В процессе построения выборки городское население Беларуси разбивалось на пять зон:

- первая зона — города с населением более 250 тыс. жителей;
- вторая зона — города с населением от 100 до 250 тыс. жителей;
- третья зона — города с населением от 50 до 100 тыс. жителей;
- четвертая зона — города с населением от 10 до 50 тыс. жителей;
- пятая зона — города с населением менее 10 тыс. жителей.

Шестая зона охватывает сельское население. Выборка построена таким образом, что отбор сельского населения осуществляется соответственно зоне городского населения, что обеспечивает репрезентативность полученных данных.

На последней ступени отбора использовалась маршрутная выборка с контролем квот. В качестве квотируемых признаков в исследовании выступали: пол, возраст и образование. Источником информации о квотируемых социально-демографических характеристиках населения являлись данные последней переписи населения и статистические справочники. Квотное задание построено таким образом, что оно репрезентирует генеральную совокупность (население Республики Беларусь) по указанным параметрам. Маршрутные ограничения определялись типом населенного пункта.

Для проверки качества проведения полевого этапа были проведены: 1) телефонный контроль посещения респондентов (30% массива); 2) контроль заполняемости анкет (100% массива); 3) логический контроль заполнения анкет (100% массива).

После проведения всех контрольных процедур, выбраковки и взвешивания массива данных, достигнутый объем выборки составил 1988 человек, что при доверительной вероятности 95% дает доверительный интервал максимум 2,2%.

---

[10] **Группа компаний «САТИО»**, см.: http://satio.by.

Характеристики выборки по основным социально-демографическим критериям

Таблица 1. Половозрастное распределение респондентов

Возраст, лет	**Пол**				**Итого**	
	Мужской (45,6%)		**Женский** (54,4%)			
	Количество	Проценты	Количество	Проценты	Количество	Проценты
16-24	165	18,2	159	14,7	324	16,3
25-34	209	23,1	204	18,9	414	20,8
35-44	129	14,2	143	13,3	272	13,7
45-54	190	20,9	228	21,2	418	21,1
55-64	107	11,8	124	11,4	231	11,6
65+	106	11,7	222	20,6	329	16,5

Таблица 2. Распределение респондентов по образованию

Образование	**Количество**	**Проценты**
Начальное, среднее неполное	86	4,3
Общее среднее	712	35,8
Среднее специальное	796	40,1
Незаконченное высшее	8	0,4
Высшее	386	19,4

Таблица 3. Распределение респондентов по регионам

Регионы	**Количество**	**Проценты**
Брестская область	290	14,6
Витебская область	264	13,3
Гомельская область	303	15,3
Гродненская область	225	11,3
Минская область	301	15,2
Могилевская область	233	11,7
Минск	372	18,7

Таблица 4. Распределение респондентов по типу населенного пункта

Тип населенного пункта	**Количество**	**Проценты**
Город	1471	74,0
Село	517	26,0

Восприимчивость к инновациям в беларусском обществе

Первым существенным измерением, которое необходимо произвести для того, чтобы приблизиться к достижению цели исследования, является отношение индивида к инновациям (в широком смысле понятия «отношение»).

Как мы уже говорили, индивидуальное отношение к инновациям — это комплексная характеристика, сама по себе требующая еще проработки и концептуализации. В данном исследовании мы вынуждены ограничиться попыткой измерения такой характеристики, как **восприимчивость к инновациям**, причем, в силу специфики наших задач, в фокусе нашего интереса оказались в основном социальные инновации (новшества в сфере культуры, образования, информации, социальной политики, образа жизни людей), а не материально-технические изобретения и нововведения.

На уровне индивидуального сознания и поведения под восприимчивостью к инновациям мы имеем в виду интегральную характеристику, складывающуюся из двух измерений:

1) **восприятие инноваций** (понимание инноваций, модальность оценки, оценка рисков, потребность в инновациях);

2) **инновационное поведение** как участие в процессах производства и потребления инноваций (реальное использование инновационных продуктов).

Восприятие инноваций

Анализируя характер восприятия инноваций в нашем обществе, мы попробуем описать:

1) **отношение к инновациям в целом**, а именно: оценку их места в жизни человека и общества, модальность этой оценки, понимание рисков и перспектив, которые несут инновации;

2) **владение информацией об актуальных инновациях технического и гуманитарного плана** (на самом общем уровне — уровне тезауруса).

Оценочное отношение беларусов к инновациям — как техническим, так и социальным — в целом, скорее позитивное. При оценке соотношения преимуществ и рисков от внедрения технических новшеств и изобретений большинство респондентов склоняется к признанию позитивного влияния инноваций на свою жизнь и жизнь будущих поколений, разделяя скорее «прогрессистские», чем «консервативные» установки.

Так, две трети респондентов считают, что от появления технических новшеств и изобретений «безусловно» или «скорее» больше пользы, чем вреда. Очень малая часть (4,5% в сумме) склонна подводить баланс позитивного и негативного влияния технических инноваций в пользу негатива (см. таблицу 5).

Таблица 5. Оценка полезности технических инноваций в целом

Как Вы считаете, от появления технических новшеств и изобретений в целом больше пользы или вреда?	Количество	Проценты
Безусловно больше пользы	661	33,3
Скорее больше пользы	661	33,3
Примерно одинаково и пользы, и вреда	429	21,6
Скорее больше вреда	78	3,9
Безусловно больше вреда	12	0,6
Затрудняюсь ответить	133	6,7
Нет ответа	14	0,7

Несмотря на то, что ореол науки и технического прогресса несколько померк в последние десятилетия, беларусы по-прежнему высоко оценивают их роль в создании благоприятных условий для жизни человека. Абсолютное большинство (84,8%) полностью или скорее согласны с тем, что наука и новые технологии создают благоприятные возможности для будущих поколений, немного меньше (69,9%) доля тех, кто высоко оценивает роль новых технологий в создании комфортных условий для жизни прямо «здесь и сейчас». Только 23% опрошенных согласны с утверждением, что «научно-технические изобретения делают нашу жизнь беспокойной и опасной», правда, необходимо отметить, что еще четверть респондентов (25,7%) затрудняется в оценке этих рисков (см. таблицу 6).

Таблица 6. Отношение к техническим и социальным инновациям, %*

Утверждения	Полностью согласен	Скорее согласен	Скорее не согласен	Не согласен	Затрудняюсь ответить	Нет ответа
Благодаря науке и новым технологиям появится больше благоприятных возможностей для будущих поколений	36,1	48,7	4,7	1,2	9,1	0,2
Новшества в социальной и политической жизни редко приводят к чему-то хорошему	5,6	20,0	35,4	15,8	22,8	0,5
Новые технологии делают нашу жизнь более здоровой, легкой и комфортной	19,6	50,0	11,0	4,3	14,9	0,3
Развитие общества требует время от времени достаточно резких социальных и политических изменений	9,9	24,9	22,6	8,8	33,3	0,4
Научно-технические изобретения делают нашу жизнь беспокойной и опасной	4,5	18,5	31,9	18,9	25,7	0,5

* Таблица читается по строке.

Степень энтузиазма в отношении социальных инноваций несколько ниже, хотя и здесь доля приятия выше, чем доля неприятия. Так, только четверть опрошенных в той или иной степени согласны с утверждением, что «новшества в социальной и политической жизни редко приводят к чему-то хорошему», в то время как 35,4% — «скорее не согласны», а 15,8% — абсолютно не согласны с этим. В отношении необходимости резких социальных и политических изменений, когда этого требует ситуация, респонденты распределились на три почти равные части: 34,8% — в той или иной степени согласны, что иногда развитие общества этого требует, 31,4% — не согласны с этим и 33,3% — не имеют выраженной точки зрения на этот счет (отметим, что доля затруднившихся при оценке именно этого суждения — самая высокая в данном блоке).

Оценка уровня восприятия инноваций как «высокого» или «низкого» в данном случае возможна, либо исходя из неких деятельностных задач, либо в сравнении с другими странами и социумами. Например, в странах ЕС уровень позитивного отношения к техническим инновациям значительно выше. Согласно данным специального исследования «Евробарометра», проведенного в 2013 году и сфокусированного на вопросах науки и технологий[11], отношение к техническим инновациям в европейских странах на тот момент было гораздо более позитивным, чем у беларусов на момент проведения нашего исследования (см. таблицу 7).

Таблица 7. Отношение жителей стран ЕС к новым технологиям (2013), %*

Утверждения	Полностью согласен	Между согласием и несогласием	Не согласен	Затрудняюсь ответить
Новые технологии делают нашу жизнь более здоровой, легкой и комфортной	66	22	9	3
Благодаря науке и новым технологиям появится больше благоприятных возможностей для будущих поколений	75	14	7	4

* Таблица читается по строке.

Поскольку эти данные практически полностью повторяют результаты, полученные «Евробарометром» по идентичной методике в 2010 году, можно предположить, что выявленное отношение европейских жителей к инновациям обладает некоторой степенью устойчивости. Сравнение данных показывает, что отношение беларусов к тем же вопросам гораздо более «размытое», неуверенное (см. диаграмму 1).

[11] См.: **Responsible Research and Innovation (RRI), Science and Technology**, Special Eurobarometer 401 (April-May 2013): http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_401_sum_en.pdf.

Диаграмма 1. Отношение к новым технологиям в странах ЕС (2013) и Беларуси (2016), %



Если разделить всю выборку по критерию отношения к предложенным высказываниям, можно выделить следующие группы:

- **«Последовательные энтузиасты»** — те, кто видит в инновациях любого типа (и технических, и социальных) только благо;
- **«Последовательные скептики»** — те, кто не верит в позитивное воздействие инноваций и видит в них только зло;
- **«Не имеющие позиции»** — те, кто не имеет мнения ни по одному из предложенных утверждений[12].

---

[12] Группы сформированы следующим образом: в группу **«Последовательных энтузиастов»** попали те респонденты, которые «Полностью согласны» или «Скорее согласны» с утверждениями: «Благодаря науке и новым технологиям появится больше благоприятных возможностей для будущих поколений», «Новые технологии делают нашу жизнь более здоровой, легкой и комфортной», «Развитие общества требует время от времени достаточно резких социальных и политических изменений», и «Скорее не согласны» или «Не согласны» с утверждениями: «Новшества в социальной и политической жизни редко приводят к чему-то хорошему» и «Научно-технические изобретения делают нашу жизнь беспокойной и опасной». Соответственно, группа **«Последовательных скептиков»** сформированы из тех,

Как показывает анализ данных, группа «Последовательных энтузиастов» составляет 13,2%; «Последовательных скептиков» же не набралось и одного процента. Однако основной массив респондентов не исповедует столь жесткой убежденности в инновациях, как в абсолютном зле или абсолютном добре, и дает разные оценки разным аспектам влияния новшеств социального и технического плана на нашу жизнь (см. таблицу 8).

Таблица 8. Группы по критерию отношения к техническим и социальным инновациям

Группы	Количество	Проценты
«Последовательные энтузиасты»	260	13,1
«Последовательные скептики»	17	0,9
«Не имеющие позиции»	112	5,6
Все остальные	1599	80,4
Всего	1988	100,0

Выделенные группы объединяют носителей крайних взглядов, даже не «энтузиастов» и «скептиков», а скорее «фанатиков» того или иного отношения к инновациям. Если оставить на время в стороне более сложные вопросы, связанные с революционностью изменений, рисками и беспокойствами, и посмотреть на позиции респондентов по двум наиболее простым и однозначным утверждениям, предложенным для оценки, мы получим следующую структуру отношения к разным типам инноваций. Значительную часть (40,8%) респондентов составляют те, кто считает и технические, и социальные изменения и новшества скорее благом, чем злом. Вместе с тем, почти пятая часть опрошенных (18,3%) воспринимает технические новшества как благо, однако негативно относится к новшествам в социальной и политической жизни. Отметим, что обратное отношение — приятие социальных инноваций при отрицательном отношении к техническим — характерно для гораздо меньшей доли респондентов (7,5%). Наконец, 5,8% респондентов воспринимают и технические, и социально-политические новшества в негативном залоге (см. таблицу 9).

Таблица 9. Отношение к техническим и социальным инновациям, %*

		Новые технологии делают нашу жизнь более здоровой, легкой и комфортной			
		Согласен	Не согласен	Затрудняюсь ответить	Всего
Новшества в социальной и политической жизни редко приводят к чему-то хорошему	Согласен	18,3	5,8	1,6	25,7
	Не согласен	40,8	7,5	3,0	51,4
	Затрудняюсь ответить	10,5	2,0	10,4	22,9
	Всего	69,7	15,3	15,0	100,0

* Для снижения размерности шкалы в данном случае ответы «Полностью согласен» и «Скорее согласен» были объединены в позицию «Согласен», ответы «Не согласен» и «Скорее не согласен» — в позицию «Не согласен».

кто дал противоположные ответы по этим пяти утверждениям. В группу **«Не имеющих позиции»** попали те, кто не смог сформулировать мнения («затруднился ответить») ни по одному из предложенных утверждений.

Таким образом, данные опроса позволяют нам характеризовать общее отношение беларусов к инновациям как скорее позитивное, при том что восприимчивость к новшествам технического характера значительно выше, чем к изменениям социального и политического плана.

В предыдущей части анализа мы имели дело с общими оценками и установками на уровне мнений и деклараций. Теперь мы перейдем к знаниевой компоненте и попробуем оценить владение информацией об актуальных инновациях технического и социального плана, хотя бы на самом общем уровне: знания наиболее общих слов, терминов, маркирующих те или иные конкретные нововведения или инновационные сферы в технической и гуманитарной области.

Список инновативов, который мы предложили респондентам исследования, включает в себя как действительно новые, так и уже достаточно укоренившиеся термины, которые мы, тем не менее, рассматриваем в качестве инновационных, поскольку они по-прежнему маркируют сферы, в которых продолжается социальные изменения или интеллектуальные разработки. При этом терминология, которую мы оценивали, взята из разных сфер, но преимущественно из сферы социальных и культурных инноваций, связанных с новыми формами организации времени и пространства, образования и занятости, взаимодействия людей друг с другом и со средой (см. таблицу 10).

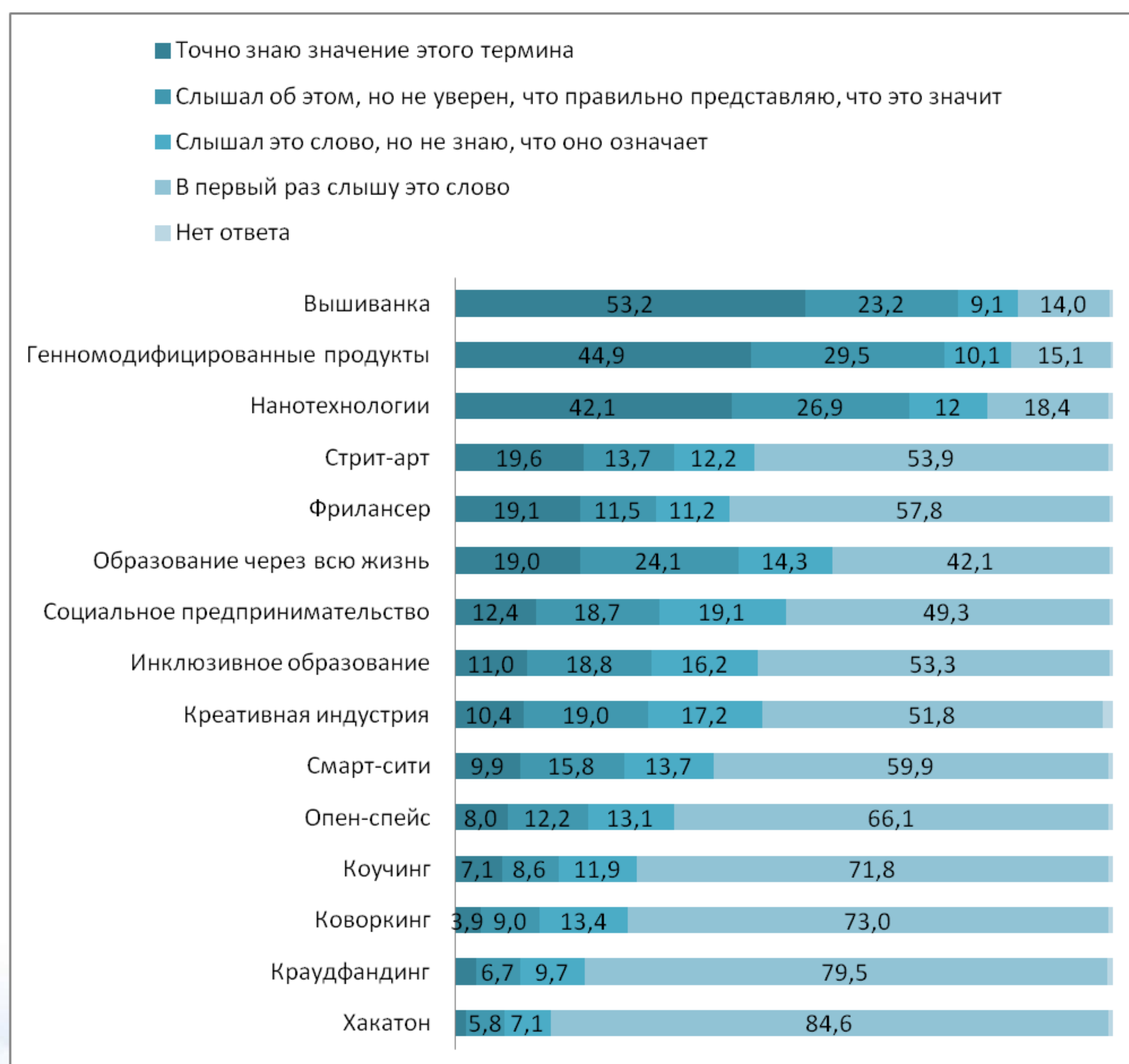
Таблица 10. Уровень знания инновативов, %*

Инновативы	Точно знаю значение этого термина	Слышал об этом, но не уверен, что правильно представляю, что это значит	Слышал это слово, но не знаю, что оно означает	В первый раз слышу это слово	Нет ответа
Вышиванка	53,2	23,2	9,1	14,0	0,5
Генномодифицированные продукты	44,9	29,5	10,1	15,1	0,4
Нанотехнологии	42,1	26,9	12,0	18,4	0,7
Стрит-арт	19,6	13,7	12,2	53,9	0,8
Фрилансер	19,1	11,5	11,2	57,8	0,5
Образование через всю жизнь	19,0	24,1	14,3	42,1	0,5
Социальное предпринимательство	12,4	18,7	19,1	49,3	0,5
Инклюзивное образование	11,0	18,8	16,2	53,3	0,6
Креативная индустрия	10,4	19,0	17,2	51,8	1,6
Смарт-сити	9,9	15,8	13,7	59,9	0,8
Опен-спейс	8,0	12,2	13,1	66,1	0,7
Коучинг	7,1	8,6	11,9	71,8	0,7
Коворкинг	3,9	9,0	13,4	73,0	0,7
Краудфандинг	3,3	6,7	9,7	79,5	0,9
Хакатон	1,7	5,8	7,1	84,6	0,7

* Таблица читается по строке.

Как показывают результаты опроса, за исключением слова «вышиванка», получившего за последние два года, благодаря совместным усилиям независимых инициатив и государственных структур, действительно широкое распространение в Беларуси, уровень знания остальных инновативов из социальной и культурной сферы не преодолевает 20-процентного барьера. Большую известность имеют инновативы технической сферы, новшества же в социальных, трудовых, культурных отношениях (даже такие достаточно давно практикующиеся в Беларуси, как фриланс) имеют довольно ограниченный круг употребления (см. диаграмму 2).

Диаграмма 2. Знание инновативов, %



Анализ коэффициентов корреляции между уровнем знания разных инновативов позволяет выделить своеобразные «знаниевые комплексы», т.е. слова и термины, знание которых идет «пакетом». Эти «пакеты», за редким исключением, определяются общим уровнем известности того или иного нового слова и явления (см. таблицу 11).

Таблица 11. Матрица корреляций уровня знания различных инновативов*

Инновативы, уровень знания которых измерялся в исследовании	Генномодифицированные продукты	Инклюзивное образование	Коворкинг	Коучинг	Краудфандинг	Креативная индустрия	Нанотехнологии	Образование через всю жизнь	Опен-спейс	Смарт-сити	Социальное предпринимательство	Стрит-арт	Фрилансер	Хакатон
Вышиванка	,320	,201	,176	,153	,132	,188	,185	,214	,157	,142	,204	,143	,161	,080
Генномодифицирован-ные продукты		,375	,266	,291	,206	,393	,526	,359	,308	,341	,318	,366	,373	,164
Инклюзивное образование			,478	,425	,384	,472	,330	,415	,396	,409	,438	,326	,315	,341
Коворкинг				,692	,673	,430	,240	,289	,504	,451	,344	,390	,425	,530
Коучинг					,655	,446	,285	,302	,454	,452	,361	,418	,475	,519
Краудфандинг						,446	,197	,272	,440	,417	,342	,366	,411	,593
Креативная индустрия							,469	,462	,449	,527	,554	,440	,377	,347
Нанотехнологии								,445	,333	,411	,419	,428	,392	,178
Образование через всю жизнь									,344	,378	,515	,331	,280	,273
Опен-спейс										,669	,416	,582	,548	,471
Смарт-сити											,521	,586	,484	,427
Социальное предпринимательство												,414	,343	,358
Стрит-арт													,624	,360
Фрилансер														,429

* В таблице представлен расчет ранговых корреляций с использованием коэффициента *Тау-b* Кендалла. Корреляция значима на уровне 0,01 (двухсторонняя).

Так, наиболее тесно связанным между собой является комплекс слов: «коворкинг — краудфандинг — коучинг — хакатон», наименее известных беларусам. Еще один комплекс немного более распространенных понятий: «фриланс — стрит-арт — опен-спайс — смарт-сити». Высокий коэффициент корреляции также между понятиями «генномодифицированные продукты» и «нанотехнологии», т.е. двумя понятиями из «технического» тезауруса, которые присутствовали в исследовании. Интересно, что знание этих двух понятий не слишком сильно связано со знанием наиболее известного респондентам инновативa «вышиванка», т.е. между терминами, маркирующими социально-культурные и технические инновации, наблюдается некоторая «дистанция».

Если мы переведем все пространство знаний задействованных нами инновативов в балльные оценки[13] и попробуем разбить весь массив опрошенных по общей оценке богатства их «словаря», то получим следующее распределение: немногим более половины (54,2%) попадают в нижнюю треть по уровню знакомства с новшествами (от 0 до 14 баллов), около трети (32,6%) — в среднюю (от 15 до 29 баллов) и почти одна десятая (9,1%) — в высшую (от 30 до 45 баллов) (см. таблицу 12).

Таблица 12. Группы, выделенные в соответствии с уровнем знания инновативов

Уровень знаний	**Количество**	**Проценты**
Низкий (0-14 баллов)	1077	54,2
Средний (15-29 баллов)	648	32,6
Высокий (30-45 баллов)	181	9,1
Нет ответа	82	4,1
Всего	1988	100,0

Мы будем обращаться к этим трем группам в ходе дальнейшего анализа, поэтому коротко опишем их с точки зрения социально-демографической специфики.

Наиболее сильная и однозначная связь выявлена между знанием инновативов и возрастом[14]. Группа с высоким уровнем знания инновативов значительно моложе двух других групп (средний возраст — 34,09 года), группа с низким уровнем знания самая «возрастная» (средний возраст — 48,31 лет; в группе со средним уровнем знания средний возраст составил 38,31 лет). Если рассмотреть возрастные группы в 10-летних интервалах, то обнаружится, что примерная «граница» этих различий проходит по группе 35-44 года (см. таблицу 13).

Не так сильно, но заметно отличаются эти группы также по уровню образования и типу населенного пункта, в котором проживают респонденты (см. таблицу 14).

---

[13] Вычисление комплексной оценки знания инновативов производилось следующим образом: сначала ответам респондентов были присвоены балльные значения от 0 до 3, где: 0 — «В первый раз слышу это слово»; 1 — «Слышал это слово, но не знаю, что оно означает»; 2 — «Слышал об этом, но не уверен, что правильно представляю, что это значит»; 3 — «Точно знаю значение этого термина». Затем баллы по всем 15 инновативам суммировались. В результате мы получили комплексную оценку знаний инновативов, которая изменяется в диапазоне от 0 (полное незнание всех предложенных терминов) до 45 (точное знание всех предложенных терминов).

[14] Связь уровня знания инновативов с переменной «пол» не выявлена. Вообще, как показывает анализ данных, гендерные характеристики практически не влияют на знания, установки и представления респондентов в большинстве сфер. Здесь и в дальнейшем при описании социально-демографической специфики тех или иных групп мы будем описывать только те характеристики, по которым группы существенно отличаются.

Таблица 13. Возрастной состав групп с разным уровнем знания инновативов, %*

Возраст, лет	Уровень знания инновативов			В среднем по выборке
	Низкий	Средний	Высокий	
16-24	11,2	21,1	27,3	16,1
25-34	14,2	27,3	33,9	20,6
35-44	13,5	13,5	14,8	13,6
45-54	21,9	23,3	14,2	21,6
55-64	15,5	7,9	4,4	11,9
65+	23,6	7,0	5,5	16,2
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0

* Коэффициент *Тау-b* Кендалла = -0,271.

Таблица 14. Характеристики групп с разным уровнем знания инновативов*

		Уровень знания инновативов			В среднем по выборке
		Низкий	Средний	Высокий	
Образование	Начальное, неполное среднее	4,7	3,9	3,3	4,3
	Среднее общее	42,0	28,8	27,9	36,2
	Среднее специальное	41,4	39,8	25,1	39,3
	Высшее, незаконченное высшее	11,8	27,4	43,7	20,2
Тип населенного пункта	Город	69,5	79,8	91,3	75,1
	Сельская местность	30,5	20,2	8,7	24,9

* Таблица читается по столбцу.

Чем выше уровень образования, тем выше и уровень знания новых слов и терминов; точно так же — по мере повышения уровня знания инновативов, увеличивается доля городского населения в группе.

Подытоживая данный подраздел, мы можем сказать, что данные исследования позволяют нам характеризовать отношение беларусов к новшествам как скорее позитивное. Установки на научно-технический прогресс и науку как двигатель этого прогресса остаются довольно широко распространенными в беларусском обществе, хотя при сравнении отношения к новым технологиям жителей Беларуси и жителей стран ЕС мы обнаруживаем, что в европейском пространстве уровень позитивного восприятия инноваций гораздо выше (по крайней мере, технических). Кроме того, беларусы более однозначно и положительно оценивают новшества технического характера, социальные и политические инновации воспринимаются как более проблемные. Это отражается и на знании инновативов, когда технические новшества известны гораздо шире, чем новации в социальной, образовательной и культурной сферах.

Инновационное поведение

Инновационное поведение в данном исследовании оценивается по следующим характеристикам:

1) **установки на потребление инноваций** как ориентация на воспроизводство привычных способов потребления и деятельности или на использование новых;

2) **интенсивность практик потребления инноваций** социального, культурного, продуктного характера.

Установки на потребление инноваций замерены только в области продуктных инноваций, что связано с ограничениями в методике исследования.

Данные опроса показывают, что доля беларусов, склонных к экспериментам в потреблении товаров и услуг, несколько выше доли тех, кто не склонен менять свои потребительские привычки (см. таблицу 15).

Таблица 15. Соотношение сторонников «консервативной» и «инновационной» стратегии потребления

Как Вы чаще поступаете, когда на рынке появляется новый продукт (товар, услуга), который может заменить тот, который Вы давно покупаете и которому доверяете?	Количество	Проценты
Предпочитаю и дальше покупать тот продукт, которому уже доверяю и не пробовать новый	681	34,3
Обязательно попробую новый продукт, хотя бы один раз	949	47,7
Затрудняюсь ответить	354	17,8
Нет ответа	4	0,2

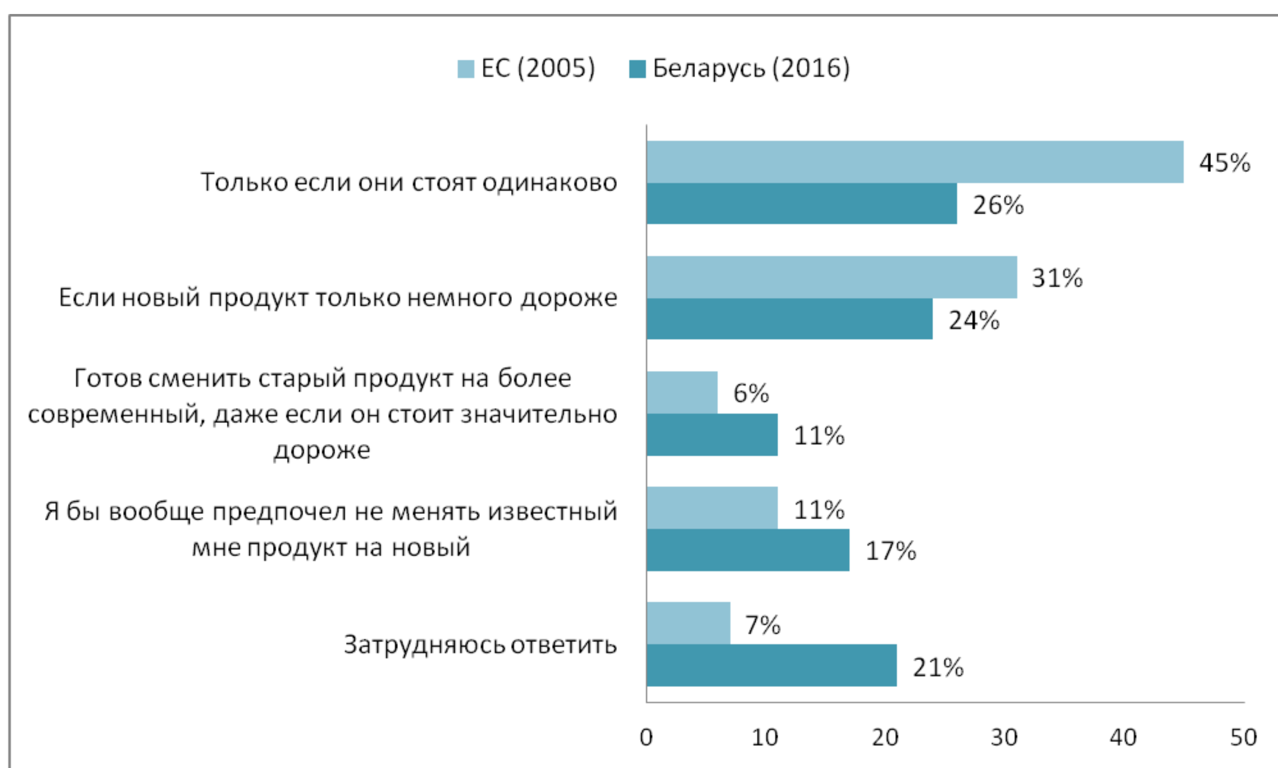
При этом стоимость инновационного продукта играет роль при принятии решения, но не определяющую: так, доля беларусов, которые готовы пробовать новое (даже при значительно большей цене), и доля тех, кто не готов отказываться от привычных образцов (вне зависимости от стоимости товара), сопоставимы (см. таблицу 16).

Таблица 16. Влияние стоимости на потребительские установки в отношении инновационных товаров или услуг

В каком случае Вы были бы готовы сменить товар или услугу, которым Вы уже пользуетесь, на новый, более современный?	Количество	Проценты
Только если они стоят одинаково	520	26,1
Если новый продукт только немного дороже	483	24,3
Готов сменить старый продукт на более современный, даже если он стоит значительно дороже	227	11,4
Я бы вообще предпочел не менять известный мне продукт на новый	344	17,3
Затрудняюсь ответить	409	20,6
Нет ответа	6	0,3

С некоторой долей допущения (связанной с разницей в методике исследования) мы можем сравнить полученные данные с данными исследования, проведенного в странах ЕС в 2005 году[15] (см. диаграмму 3). К сожалению, более поздних данных для сравнения нам найти не удалось.

Диаграмма 3. Готовность изменить привычный продукт (услугу) на новый, жители стран ЕС (2005) и Беларуси (2016), %



Как показывает сравнение, убежденных «консерваторов» в Беларуси даже в 2016 году оказалось больше, чем в странах ЕС более десяти лет назад. Вместе с тем, беларусы демонстрируют большую степень индифферентности к стоимости товара при выборе стратегии потребления.

Перекрестный анализ данных показывает, что среди тех, кто придерживается «консервативной» стратегии потребления, 37,9% готовы были бы сменить привычный товар на более современный при отсутствии разницы в цене и еще 10,4% — при незначительности этой разницы. Тем не менее, более трети из этой группы (35%) вообще не рассматривают стоимость как важный элемент принятия решения в данном случае и предпочли бы не отказываться от привычных схем потребления (см. таблицу 17).

[15] См.: **Population Innovation Readiness**, Special Eurobarometer 236 (May-June 2005): http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_236_en.pdf.

Таблица 17. Влияние стоимости на потребительские установки в отношении инновационных товаров или услуг в группах с разными стратегиями потребительского поведения, %

	Предпочитаю и дальше покупать тот продукт, которому уже доверяю и не пробовать новый	Обязательно попробую новый продукт, хотя бы один раз	Затрудняюсь ответить	В среднем по выборке
Только если они стоят одинаково	37,9	23,8	10,2	26,2
Если новый продукт только немного дороже	10,4	37,9	15,0	24,4
Готов сменить старый продукт на более современный, даже если он стоит значительно дороже	4,0	19,6	4,0	11,5
Я бы вообще предпочел не менять известный мне продукт на новый	35,1	7,0	10,8	17,3
Затрудняюсь ответить	12,5	11,7	60,1	20,6
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0

Среди тех, кто склонен к экспериментированию и испытанию нового, почти пятая часть готовы переходить на более современные товары или услуги даже при существенной разнице в стоимости.

Установки на «инновационное» потребление безусловно опосредованы общим восприятием инноваций. Так, среди тех, кого мы выделили как «Последовательных энтузиастов» по критерию оценки роли и места инноваций в жизни человека и общества, доля склонных к экспериментированию в потреблении более современных продуктов значительно выше, по сравнению со средними значениями по выборке (см. таблицу 18).

Таблица 18. Связь общего восприятия инноваций и установок на «инновационное» потребление, %

Как Вы чаще поступаете, когда на рынке появляется новый продукт (товар, услуга), который может заменить тот, который Вы давно покупаете и которому доверяете?	**Отношение к инновациям**	
	«Последовательные энтузиасты»	В среднем по выборке
Предпочитаю и дальше покупать тот продукт, которому уже доверяю и не пробовать новый	27,5	34,3
Обязательно попробую новый продукт, хотя бы один раз	62,6	47,8
Затрудняюсь ответить	9,9	17,8
Всего	100,0	100,0

Теперь посмотрим на реальные практики участия в потреблении инноваций: технологических, социальных, образовательных. И начнем мы с пользования интернетом.

Понятно, что само пользование интернетом уже нельзя рассматривать в качестве характеристики инновационного поведения, только 22,6% опрошенных интернетом не пользуются (еще 1,7% отметили, что не знают, что это такое), т.е. и в Беларуси это стало массовой практикой (см. таблицу 19).

Таблица 19. Интенсивность использования сети Интернет

Пользуетесь ли Вы Интернетом?	Количество	Проценты
Нет ответа	34	1,7
Да, ежедневно	1042	52,4
Да, время от времени	429	21,6
Нет, не пользуюсь	450	22,6
Не знаю, что такое Интернет	33	1,7

Гораздо интереснее, для решения каких задач используют беларусы интернет и насколько разнообразен спектр возможностей сети, которые они используют.

Абсолютно предсказуемо, что самые распространенные варианты использования интернета — для общения с родственниками и в социальных сетях, поиск информации и чтение новостей, просмотр и скачивание музыки, фильмов, текстов (см. таблицу 20).

Таблица 20. Цели и задачи, для решения которых используется сеть Интернет

Для чего Вы используете сеть Интернет?	Количество	Проценты
Для общения с родственниками, коллегами, друзьями через электронную почту, Скайп, Вайбер и т.п.	1141	57,4
Для чтения новостей	997	50,1
Для поиска полезной информации о товарах и услугах	837	42,1
Для общения в социальных сетях	836	42,0
Для просмотра и скачивания музыки, фильмов, текстов	659	33,1
Для осуществления электронных платежей, банковских операций	359	18,1
Для осуществления покупок товаров и услуг, электронных билетов, бронирования гостиниц и т.п.	340	17,1
Для поиска и скачивания компьютерных программ и игр	262	13,2
Для прослушивания радио и просмотра телевизионных передач	157	7,9
Для продажи товаров и услуг	153	7,7
Для дистанционного обучения	72	3,6
В иных целях	34	1,7
Нет ответа	509	25,6

В то же время, почти каждый пятый респондент использует интернет для осуществления электронных платежей и банковских операций и для покупки товаров и услуг (18,1% и 17,1%, соответственно), еще 7,7% — для продажи товаров и услуг. Небольшая, но заметная часть (7,9%) использует интернет для просмотра телепередач и прослушивания радио. Совсем малая доля (3,6%) пользуется интернетом для дистанционного обучения.

Наиболее используемыми в сфере услуг, которые мы выделили в качестве сравнительно новых для беларусской реальности, являются платные медицинские услуги (40,3% респондентов ответили, что пользовались ими в течение последнего года). На втором месте по популярности — покупка товаров в кредит или рассрочку и доставка на дом продуктов или еды: каждый четвертый беларус пользовался этими услугами за последний год. Каждый десятый оформлял кредит в банке. Остальные услуги, более специфического характера (услуги репетитора, няни и т.п.), востребованы совсем мало (см. таблицу 21).

Таблица 21. Использования различных видов услуг в течение года

Пользовались ли Вы в течение последнего года следующими услугами:	Количество	Проценты
Платные медицинские услуги	800	40,3
Покупка товаров в кредит или в рассрочку	535	26,9
Доставка на дом товаров, продуктов, еды	500	25,2
Оформление кредита в банке	238	11,9
Найм работников для выполнения работ по дому	85	4,3
Услуги репетитора (для себя или для своих детей)	82	4,1
Получали образование (диплом) через дистанционные формы обучения	20	1,0
Услуги няни, частного детского сада или частной школы	11	0,6
Ничем из перечисленного	690	34,7
Нет ответа	3	0,1

В силу специфических целей исследования, нас особо интересовали инновации в сфере образования, распространенность практик, реализующих установку на образование через всю жизнь, использование традиционных и инновационных форм получения дополнительного образования и саморазвития.

В рамках повышения профессионального образования, самой используемой формой являются курсы повышения квалификации (12,1% респондентов отметили, что участвовали в них в течение последнего года) и разовые профессиональные лекции, конференции и пр. (их отметили 11%) (см. таблицу 22).

Отметим, что самостоятельной, самоорганизованной деятельностью по получению профессиональных навыков занимались в течение последнего года 5,8% респондентов.

За рамками профессиональных компетенций интенсивность используемых для самообразования практик гораздо выше. Несмотря на апокалиптические прогнозы вытеснения визуальной и интернет-коммуникацией коммуникации текстовой и «заката» культуры чтения, большая часть беларусов (61,7%) по-прежнему читают книги и журналы. Почти треть использует образовательные передачи по ТВ и радио. Музеи и библиотеки имеют почти одинаковую аудиторию: 16,6% и 13,1%, соответственно (см. таблицу 23).

Таблица 22. Участие в разных формах повышения профессионального образования в течение года

Участвовали ли Вы в течение последнего года:	**Количество**	**Проценты**
В курсах повышения квалификации	240	12,1
В единовременных (разовых) профессиональных лекциях, конференциях, семинарах, тренингах, стажировках	218	11,0
Регулярных профессиональных конференциях, семинарах, тренингах (еженедельных, ежемесячных или ежегодных)	149	7,5
В курсах по обучению (или брали частные уроки) любительским занятиям, не связанным с работой (домоводству, дизайну, вождению и т.п.)	116	5,8
В образовательных курсах для получения новой профессии	65	3,3
Иное	11	0,5
Ничего из перечисленного	1399	70,4
Нет ответа	9	0,4

Таблица 23. Практики самообразования в течение последнего полугодия

Предпринимали ли Вы в течение последних 6 месяцев в целях самообразования следующие действия:	**Количество**	**Проценты**
Читали книги, журналы	1226	61,7
Слушали/смотрели учебные передачи по радио, ТВ	642	32,3
Совершали экскурсии в музеи, по культурно-историческим или природным достопримечательностям	329	16,6
Посещали библиотеки	261	13,1
Обучались под руководством наставников, коллег на своем рабочем месте	221	11,1
Обучались каким-то навыкам (например, работе с компьютерными программами, вождению автомобиля, шитью, вязанию и т.п.) под руководством друзей или членов семьи	212	10,7
Обучались с использованием аудио- и видеозаписей	145	7,3
Посещали какие-либо обучающие центры	90	4,5
Проходили обучение онлайн, учились на дистанционных курсах и т.п.	57	2,9
Что-то еще	15	0,8
Ничего из перечисленного	458	23,0
Нет ответа	5	0,2

Понятно, что эти данные ничего не говорят о содержании и глубине получаемых знаний и навыков, так же как и о мотивации к их получению. Тем не менее, то, что только 23% респондентов отметили, что не использовали ничего из перечисленных форм для самообразования, может свидетельствовать о достаточно высокой степени распространенности, как минимум, идеологии самообразования и саморазвития на протяжении всей жизни. При всем при том, наиболее распространенными остаются более традиционные формы самообразования: чтение, ТВ, радио. Только 7,3% респондентов в течение последних 6 месяцев обучались чему-либо с помощью аудио- и видеозаписей и довольно незначительная часть (2,9%) проходили обучение онлайн или учились на дистанционных курсах.

Услуги электронных библиотек также нельзя назвать пользующимися массовым спросом: 13% беларусов пользовались ими хотя бы раз в течение последних полугода (аудитория библиотек и электронных библиотек практически одинакова, при этом пересекается только на треть: 4,8% респондентов являются пользователями и традиционных, и электронных библиотек). А вот доля посетителей открытых лекций, организаторов и волонтеров в проведении социальных, культурных, развлекательных мероприятий находится недалеко от границы ошибки выборки (см. таблицу 24).

Таблица 24. Использование инновационных форм самообразования и самореализации в течение последнего полугодия

В течение последних 6 месяцев Вы хотя бы один раз:	Количество	Проценты
Пользовались услугами электронных библиотек	258	13,0
Посещали открытые лекции, дискуссии по каким-либо темам	98	4,9
Участвовали в качестве организатора или волонтера в проведении социальных, благотворительных или культурных мероприятий	69	3,5
Участвовали или организовывали проведение квестов, ролевых игр и т.п.	66	3,3
Ничего из перечисленного	1592	80,1
Нет ответа	5	0,3

Еще одна сфера, важная с точки зрения инновационного поведения, — сфера трудовой занятости. Почти четверть беларусов хотя бы раз в своей жизни практиковали те или иные формы занятости и получения дохода вне традиционных форм работы по найму. 8% опрошенных, отметили, что занимались фрилансом, 6,6% имеют опыт работы в общественных организациях, чуть меньше — опыт ведения собственного бизнеса (5,9%) и ремесленничества (5,3%) (см. таблицу 25).

Таблица 25. Опыт использования новых форм занятости и получения дохода

Приходилось ли Вам когда-либо в своей жизни:	Количество	Проценты
Быть фрилансером (свободным работником, выполняющим отдельные заказы)	159	8,0
Работать в общественных организациях	130	6,6
Открывать собственный бизнес	117	5,9
Заниматься ремесленничеством	105	5,3
Участвовать в деятельности неформальных объединений и сообществ, клубов и т.п.	100	5,0
Работать дистанционно	64	3,2
Создавать общественные организации, начинать собственные проекты в общественной, политической или культурной сфере	20	1,0
Играть на бирже	18	0,9
Ничего из перечисленного	1509	75,9
Нет ответа	4	0,2

Итак, данные опроса показывают почти равновесный баланс между распространенностью в беларусском обществе «инновационной» и «консервативной» стратегий потребления товаров и услуг, «инновационная» даже несколько превалирует. Более того, каждый десятый беларус готов платить за пользование более современными товарами и услугами более высокую цену. Анализ интенсивности инновационного поведения, использования разного рода новых (и сравнительно новых) услуг, а также образовательных практик, показывает, что, во-первых, технические и товарные инновации и услуги более востребованы, чем социальные и образовательные, а во-вторых, что традиционные формы «потребления» образования и культуры по-прежнему превалируют над новыми. Распространение новых форм занятости нельзя назвать широким — тем не менее, каждый четвертый беларус хоть раз в своей жизни прибегал к тем или иным формам занятости или получения дохода, отличных от традиционных для Беларуси: открытие собственного бизнеса, ремесленничество, дистанционная работа или работа в качестве фрилансера, создание или участие в деятельности общественных организаций и т.п.

Группы по критерию восприимчивости к инновациям

Опираясь на результаты проделанного анализа, для дальнейшей работы мы выделим во всем массиве респондентов две группы, которые будут задавать «полюса», «крайние случаи» по критерию восприимчивости к инновациям. Мы обозначим эти группы как обладающие высокой и низкой восприимчивостью к инновациям.

Для выделения групп мы будем использовать три значимых, с нашей точки зрения, критерия, соотносящихся с разными аспектами понятия «восприимчивости» (общим отношением, практическими установками, информированностью и знанием):

1) **Модус восприятия инноваций** (положительный или отрицательный). Для введения этого критерия мы воспользуемся ответами на вопрос: «Как Вы считаете, от появления технических новшеств и изобретений в целом больше пользы или вреда?». Респонденты, которые дали ответы «Безусловно больше пользы» или «Скорее больше пользы», попадают в группу, которую мы обозначаем как «Восприимчивую к инновациям», те, кто выбрал варианты ответа «Примерно одинаково и пользы, и вреда», «Скорее больше вреда», «Безусловно больше вреда» и «Затрудняюсь ответить» — в группу «Невосприимчивых к инновациям»;

2) **Установка на использование продуктных инноваций**, т.е. поведение в сфере потребления инноваций. Критерий строится на вопросе: «Как Вы чаще поступаете, когда на рынке появляется новый продукт (товар, услуга), который может заменить тот, который Вы давно покупаете и которому доверяете?». В группу «Восприимчивых к инновациям» попадают респонденты, которые ответили, что «обязательно попробуют новый продукт, хотя бы один раз», в группу «Невосприимчивых к инновациям» — те, кто ответил, что «предпочитают и дальше покупать тот продукт, которому уже доверяет и не пробует новый» или затруднились с ответом;

3) **Знание новых слов и явлений в технической, социальной и культурной областях.** Здесь мы используем полученную нами комплексную оценку знания инновативов. Мы разделили всю выборку на две части с помощью показателя среднего уровня знаний предложенных нами слов и терминов (который равен 14,65 баллов). Респонденты, у которых уровень знания «новых слов» выше среднего (т.е. те, кто набрали от 15 до 45 баллов), попадают в группу «Восприимчивых к инновациям», те, кто набрал ниже среднего балла (от 0 до 14) — во вторую группу.

Таким образом, выделенные группы будут характеризоваться следующими признаками:

- **«Высокая восприимчивость к инновациям»** (ВВИ) приписывается нами тем респондентам, которые считают, что инновации и изобретения несут больше пользы, чем вреда, ориентированы на то, чтобы пробовать новое и имеют сравнительно богатый словарный запас инновативов;

- **«Низкая восприимчивость к инновациям»** (НВИ) приписывается тем респондентам, которые не считают, что баланс пользы и вреда во внедрении инноваций позитивен, предпочитают традиционные потребительские практики и довольно слабо знакомы с терминами, характеризующими актуальные социальные, культурные и технические нововведения.

Отметим, что условием выделения групп является сочетание всех выделенных критериев, поэтому численный объем групп будет сравнительно небольшим, большая часть выборки остается как бы «между» двумя выделенными группами, которые задают своеобразные «полюса» на непрерывной шкале восприимчивости к инновациям (см. таблицу 26).

Таблица 26. Численность групп, выделенных по критерию восприимчивости к инновациям

Восприимчивость к инновациям	**Количество**	**Доля в выборке**, %
Высокая	375	18,9
Между высокой и низкой	1296	65,2
Низкая	317	16,0
Всего	1988	100,0

В результате проведенной классификации, в группу с высокой восприимчивостью к инновациям (ВВИ) попали 375 респондентов (18,9% от общего объема выборки), в группу с низкой восприимчивостью к инновациям (НВИ) — 317 (16%). Мы будем использовать эти группы в дальнейшем анализе, рассматривая различные характеристики беларусского общества. Однако, прежде чем приступить к этой задаче, необходимо описать социально-демографическую специфику выделенных групп, чтобы исключить неверные интерпретации связи различных практик с интересующей нас переменной «восприимчивости к инновациям» из-за опосредующего влияния аскриптивных признаков.

Группы с высокой и низкой восприимчивостью к инновациям существенно отличаются между собой по возрастному и образовательному составу. Средний возраст в группе с ВВИ составляет 34 года, в группе с НВИ — 59 лет (средний возраст по выборке — 43,5 лет). Еще более существенные различия в образовательном уровне: в группе с ВВИ в два раза меньше респондентов с общим образованием и в разы больше — с высшим и незаконченным высшим. Что интересно, что доля респондентов со средним специальным образованием в обеих группах практически одинакова и не отличается от доли по выборке в целом (см. таблицу 27).

Таблица 27. Социально-демографические характеристики групп, выделенных по критерию восприимчивости к инновациям, %*

		Восприимчивость к инновациям		**В среднем по выборке**
		Высокая	Низкая	
Пол	Мужской	44,3	45,6	44,9
	Женский	55,7	54,4	55,1
Возраст, лет	16-24	28,5	2,3	17,8
	25-34	32,0	6,9	21,7
	35-44	13,3	7,8	11,0
	45-54	18,7	18,3	18,5
	55-64	3,5	19,3	9,9
	65+	4,1	45,4	21,0
Образование	Начальное, неполное среднее	4,4	8,8	6,2
	Среднее общее	26,3	51,6	36,6
	Среднее специальное	33,9	35,0	34,3
	Высшее, незаконченное высшее	35,4	4,6	22,9

* Таблица читается по столбцу.

Что касается места жительства, то среди респондентов с ВВИ гораздо больше горожан (86,5% против 61,8% в группе с НВИ), в основном — за счет жителей столицы и областных центров (см. таблицу 28).

Таблица 28. Место жительства респондентов, относящихся к разным группам, выделенным по критерию восприимчивости к инновациям, %*

Место жительства	Восприимчивость к инновациям		В среднем по выборке
	Высокая	Низкая	
Города с населением более 250 тыс. жителей (Минск и областные центры)	49,8	34,4	43,6
Города (от 100 до 250 тыс. жителей)	8,8	7,3	8,2
Города (от 50 до 100 тыс. жителей)	9,4	3,7	7,1
Города (от 10 до 50 тыс. жителей)	11,3	9,6	10,6
Города (менее 10 тыс. жителей)	7,2	6,9	7,1
Сельская местность	13,5	38,1	23,5

* Таблица читается по столбцу.

Обобщения и выводы

Подводя итоги анализа характера восприятия инноваций в беларусском обществе, нужно отметить следующее:

1. Данные исследования позволяют нам охарактеризовать генерализованное восприятие инноваций беларусами как скорее позитивное. Две трети респондентов (66,6%) считают, что от появления технических новшеств и изобретений больше пользы, чем вреда. Очень малая часть (4,5%) склонна подводить баланс позитивного и негативного влияния технических инноваций в пользу негатива.

2. При оценке соотношения преимуществ и рисков от внедрения технических новшеств и изобретений большинство респондентов склоняется к признанию позитивного влияния инноваций на свою жизнь и жизнь будущих поколений, разделяя скорее «прогрессистские», чем «консервативные» установки. Абсолютное большинство (84,8%) полностью или скорее согласны с тем, что наука и новые технологии создают благоприятные возможности для будущих поколений, 69,9% высоко оценивает роль новых технологий в создании комфортных условий для жизни прямо «здесь и сейчас». Сравнение восприятия технических инноваций в Беларуси и странах ЕС показывает, что для европейского пространства уровень позитивного восприятия технических инноваций выше (или, точнее будет сказать, отношение жителей стран ЕС к инновациям более определенное).

3. Анализ степени знакомства респондентов с тезаурусом конкретных инноваций (преимущественно социальных) показывает, что высокий уровень знания предложенных в исследовании инновативов демонстрирует почти каждый десятый беларус (9,1%), около трети респондентов (32,6%) попадает в группу со средним уровнем, немногим более половины (54,2%) практически не знакомы с терминами,

маркирующими новые формы организации времени и пространства, образования и занятости, взаимодействия людей друг с другом и со средой. Уровень знания инновативов имеет четкую корреляцию с возрастом, образованием и местом проживания.

4. Между распространенностью в беларусском обществе «инновационной» и «консервативной» стратегий потребления товаров и услуг достигнут почти равновесный баланс: около половины опрошенных (47,7%) готовы к экспериментам в сфере потребления новых товаров и услуг. Каждый десятый беларус готов платить за пользование более современными товарами и услугами более высокую цену.

5. Анализ интенсивности инновационного поведения в сфере потребления показывает, что технические и товарные инновации и услуги более востребованы, чем социальные и образовательные. В «потреблении» образования и культуры, а также в сфере занятости и трудовых отношений традиционные формы по-прежнему существенно превалируют над новыми. Тем не менее, новые формы практик образования и саморазвития (дистанционное обучение, использование видеозаписей, посещение публичных лекций, пользование электронными библиотеками и т.п.) постепенно входят в обиход, так же как и разнообразные формы занятости (каждый четвертый беларус хоть раз в своей жизни прибегал к тем или иным формам трудовых отношений, отличных от традиционных).

6. Использование комплекса критериев (общее восприятие инноваций, практические установки на потребление, информированность и знание инновативов) позволило выделить из общего массива опрошенных две группы с четкими отличиями по уровню восприимчивости к инновациям. В группу с высокой восприимчивостью к инновациям (ВВИ) попало 18,9% от общего объема выборки, в группу с низкой восприимчивостью (НВИ) — 16%. Выделенные группы существенно отличаются по возрастному и образовательному критерию, группа с высокой восприимчивостью к инновациям гораздо более «молодая» и «образованная», кроме того, в ее составе выше доля горожан.

7. Необходимо отметить довольно существенную разницу в восприятии технических и социальных инноваций. Беларусы более однозначно и положительно оценивают новшества технического характера, социальные и политические инновации выступают как более проблемные. Это отражается и на модальности восприятия, и на уровне знаний, и на характеристиках инновационного поведения. Отметим, что эта закономерность коррелирует с общей ситуацией инновационного развития в глобальном контексте. Интеллектуалы и аналитики во всем мире отмечают запаздывание не то что социальных инноваций (как уже реализованных новшеств), но даже и осмысления социальных последствий бурно развивающегося технического прогресса, а также риски, которые встают перед мировым сообществом в связи с этим[16].

[16] См. например: *Дацюк С.* **Социальные тренды ближайшего будущего** (Перевод с украинского языка) // Летучий университет. — 27.01.2017: http://fly-uni.org/content/socialnye-trendy-blizhayshego-budushchego.

Локус самоопределения и особенности самоидентификации

Под локусом самоопределения в данном исследовании мы будем иметь в виду границы пространства, в котором человек выстраивает свое прошлое, настоящее и будущее. Для данного исследования нам важны три типа самоопределения:

1) **культурно-историческое** («Восток» или «Запад»);
2) **пространственное** (местное/локальное («тутэйшасць), национальное, глобальное);
3) **актуально-политическое** («Европа» или «Россия»).

Культурно-историческое самоопределение беларусов

В вопросе культурно-исторического самоопределения беларусы по-прежнему далеки от единства представлений о себе. Историческое самоопределение Беларуси на уровне массового сознания остается крайне сложным. Почти половина респондентов не смогла ответить, частью какого мира — восточного или западного — исторически является Беларусь. Остальные разделились практически поровну: 28,2% относят Беларусь к западному миру, 23,4% — к восточному (см. таблицу 29).

Таблица 29. Историческое самоопределение респондентов

По Вашему мнению, Беларусь исторически является:	**Количество**	**Проценты**
Частью западного мира	561	28,2
Частью восточного мира	465	23,4
Затрудняюсь ответить	957	48,1
Нет ответа	5	0,2

При этом восприятие актуального состояния беларусской культуры имеет совершенно иную степень определенности и направленности, чем историческое самоопределение: подавляющее большинство (почти три четверти респондентов, а точнее — 73,7%) считает, что беларусская культура ближе к русской, чем к европейской. Приверженцы альтернативной точки зрения находятся в очевидном меньшинстве, их всего 7,4%. Отметим и довольно значительную долю (17,8%) тех, кто считает беларусскую культуру уникальной, несводимой ни к русскому, ни к европейскому полюсу (см. таблицу 30).

Таблица 30. Культурное самоопределение респондентов

По Вашему мнению, беларусская культура ближе к европейской или русской?	**Количество**	**Проценты**
К европейской	146	7,4
К русской	1465	73,7
Ни к одной, ни к другой, это уникальная культура	354	17,8
Нет ответа	23	1,1

Подчеркивание уникальности беларусской культуры более характерно для тех респондентов, кто затрудняется с историческим отнесением нашей страны к одному из миров — к «Востоку» или к «Западу» (см. таблицу 31).

Таблица 31. Культурное самоопределение респондентов в группах «восточников» и «западников», %*

По Вашему мнению, беларусская культура ближе к европейской или русской?	**По Вашему мнению, Беларусь исторически является:**		
	Частью западного мира	Частью восточного мира	Затрудняюсь ответить
К европейской	12,6	6,0	5,2
К русской	74,3	83,4	70,4
Ни к одной, ни к другой, это уникальная культура	13,1	10,6	24,4

* Таблица читается по столбцу.

В целом же, сочетания исторического и культурного самоопределения весьма разнообразны. Наиболее многочисленная группа, составляющая треть населения Беларуси, — это люди, которые не могут отнести Беларусь исторически ни к «Западу», ни к «Востоку», но считают беларусскую культуру более близкой к русской. Группа последовательных «западников» в историческом и культурном самоопределении очень мала — всего 3,6%, но и последовательных «восточников» не так много — чуть менее одной пятой всех респондентов (19,7%) (см. таблицу 32).

Таблица 32. Варианты культурно-исторического самоопределения респондентов, %

По Вашему мнению, беларусская культура ближе к европейской или русской?	**По Вашему мнению, Беларусь исторически является:**			
	Частью западного мира	Частью восточного мира	Затрудняюсь ответить	Всего
К европейской	**3,6**	1,4	2,5	7,5
К русской	21,0	**19,7**	**33,8**	74,6
Ни к одной, ни к другой, это уникальная культура	3,7	2,5	11,7	17,9
Всего	28,3	23,6	48,0	100,0

Гораздо более единодушны респонденты в вопросе, состоялась ли беларусская нация как самостоятельная. Только десятая часть респондентов не знает, можно ли назвать беларусов самостоятельной, состоявшейся нацией, всего 5% категорически не согласны с таким утверждением и еще 13,2% — скорее не согласны. Большая же часть (71,4%) с большей или меньшей степенью уверенности готовы утверждать, что это так (см. таблицу 33).

Таблица 33. Оценка завершенности процесса нациостроительства в Беларуси

Как Вы считаете, можно ли беларусов назвать самостоятельной, состоявшейся нацией?	Количество	Проценты
Да	715	36,0
Скорее да	704	35,4
Скорее нет	262	13,2
Нет	100	5,0
Затрудняюсь ответить	205	10,3
Нет ответа	2	0,1

Среди «недостач», которые мешают беларусам считать себя самостоятельной нацией, на первое место выходит экономическая независимость: в качестве таковой ее отметили 12,7% респондентов. Другие факторы (начиная от внешнего признания и заканчивая вопросами языка, истории, ощущения единства и цельности) набирают примерно одинаково по 5-6% тех, кто считает, что именно отсутствие этих условий не позволяет нам состояться в качестве полноценной нации (см. таблицу 34).

Таблица 34. Факторы незавершенности становления беларусской нации

Если нет, то чего для этого не хватает?	Количество	Проценты
Экономической независимости	252	12,7
Достижений мирового уровня в науке, культуре, экономике	132	6,6
Внимания к своей истории и культуре	126	6,3
Признания со стороны других стран, народов	108	5,5
Распространенности беларусского языка	103	5,2
Определенности в направлении развития	100	5,0
Ощущения единства, цельности	97	4,9
Ярких личностей, лидеров мнений, которые могли бы выступать ориентиром для всех	74	3,7
Чего-то иного	5	0,2
Всего хватает	1270	63,9
Затрудняюсь ответить	162	8,1
Нет ответа	132	6,7

Групповые идентификации как характеристика масштаба и локуса самоопределения

Разнообразие культурных и геополитических ориентаций отражает и структура идентификаций респондентов. В данном исследовании мы использовали классическую методику выявления групповых идентификаций Владимира Ядова, однако практически полностью отказались от типов и набора групп, которые обычно используются в этой методике. Такая новация продиктована целями исследования,

исходя из которых нас интересует не столько традиционный набор идентификаций, составляющий структуру социальной идентичности человека, сколько границы пространства (физического, политического, культурного), в котором сегодня самоопределяются беларусы.

Мы использовали следующих набор групповых идентификаций:

- **национальная** (беларусы) и **локальная** (жители моего города, поселка, деревни);
- **конфессиональная** (православные, католики, протестанты);
- **культурно-историческая** (русские, европейцы);
- **геополитическая** (жители постсоветских стран, жители развитых стран);
- **космополитическая** (все люди на планете).

Кроме того, мы включили в список критериев для самоидентификации **близость «с советским народом»**, рассматривая ее также в качестве типа социокультурного самоопределения, пусть с и фантомной общностью, реальное существование которой осталось в прошлом.

Самоидентификация себя в качестве беларуса, что бы ни стояло за этим словом в представлениях респондентов, находится на первом месте по распространенности, более того, мы практически не имеем негативной самоидентификации (доля тех, кто «практически никогда» не идентифицирует себя с беларусами ничтожно мала — всего 2%). Практически также сильна и локальная самоидентификация, близость с «местными»: жителями своего города, поселка, деревни (то, что мы весьма условно называем «тутэйшасць») (см. таблицу 35).

Таблица 35. Выраженность групповых идентификаций с различными группами, %*

Как часто Вы ощущаете близость с разными группами людей — с теми, о ком Вы могли бы сказать: «Это — мы»?	**Часто**	**Иногда**	**Практически никогда**	**Трудно сказать**	**Нет ответа**
С беларусами	66,8	17,4	2,0	13,7	0,2
С жителями моего города, поселка, деревни	53,0	26,6	4,7	15,4	0,2
С православными	43,3	25,3	10,7	20,3	0,3
С русскими	38,9	26,8	15,1	18,9	0,3
С советским народом	25,6	18,5	22,8	32,7	0,4
С католиками	23,2	27,5	21,2	27,5	0,6
С жителями постсоветских стран	22,9	31,2	15,6	29,7	0,5
С европейцами	12,5	26,7	25,2	35,3	0,3
С жителями развитых стран	10,3	20,5	24,8	44,0	0,3
Со всеми людьми на планете	10,1	17,9	24,0	47,6	0,3
С протестантами	6,6	13,8	34,1	45,2	0,4

* Таблица читается по строке.

Данные опроса подтверждают устойчивость самоидентификации себя с беларусами и устойчивость местной, локальной идентичности на протяжении вот уже второго десятилетия. Так, опросы начала 2000-х годов показывали, что при достаточно сложной структуре и динамике составляющих беларусской идентичности (гражданской, территориальной, этнической) отождествление себя с беларусами уже тогда было характерно для подавляющего большинства жителей страны[17]. Идентификация с местным сообществом в конце первого десятилетия XXI века также была уже достаточно сильной, исследователи отмечали: «Сегодня эмпирически подтверждается наличие, как минимум, следующих типов национальной беларусской идентичности: <...> 3) локально-тутэйшая («мы»-группа как жители малой родины, т.е. своей деревни, города, которую «часто» выбирает пятая часть населения)»[18].

В рамках исследования, проведенного Центром европейской трансформации и Белорусским институтом стратегических исследований в 2015 году по теме «Потенциал солидарности в беларусском обществе», локальная идентичность также занимала место в первой пятерке: 33,6% респондентов ответили, что «часто» ощущают близость с жителями своего города, деревни, 47,1% — «иногда», 11,5% — «практически никогда» и 7,4% затруднились с ответом на этот вопрос. Сравнивая эти результаты с результатами опроса 2016 года, можно отметить, что если суммарный уровень положительной идентификации с местным сообществом остался на прежнем уровне (80,7% — в 2015 году и 79,6% — в 2016 году «часто» или «иногда» идентифицируют себя с этой группой), то интенсивность ее (соотношение доли «часто» и «иногда») значительно повысилась.

Следующую пару по силе идентификации среди тех групп и общностей, которые были предложены для соотнесения, составляют близость с русскими и с православными. Они близки между собой по распространенности как положительной, так и отрицательной самоидентификации.

Достаточно сильной остается самоидентификация с фантомной общностью «советского народа», ей очень близка по интенсивности самоидентификация с жителями постсоветских стран.

Вообще, самоидентификация «с советским народом» на протяжении первого десятилетия XXI века считалась социологами «исчезающей». При том что распространенность ее в тот период колебалась в районе 15-25%, исследователи подчеркивали «уходящий» характер советской идентичности, основываясь на том, что она была характерна для представителей старших возрастных групп, респондентов с

---

[17] По данным исследований, в 2000 году 68,9% «полностью» осознавали себя беларусами и еще 15% — «в средней степени»; в 2002 году — соответственно, 79,3% и 12,5% (См.: *Науменко Л.И.* **Этничность и гражданство в самосознании жителей современной Беларуси** // Социальные и социокультурные процессы в современной Беларуси: Сборник научных трудов / НАН Беларуси, Институт социологии. — Мн., 2003. — С. 199).

[18] См.: *Титаренко Л.Г.* **Развитие национальной идентичности населения Беларуси в условиях современных глобализационных и интеграционных процессов** // Взаимодействие устойчивости и инновационности в развитии белорусского общества: сборник научных трудов / НАН Беларуси, Институт социологии. — Мн., 2009. — С. 193.

начальным, неполным средним образованием, жителям села, и должна была исчезнуть из структуры социальной идентичности беларусов «естественным путем»[19].

Однако опросы последних лет показывают, что распространенность идентификации «с советским народом», которого в реальности уже четверть века как не существует, остается на том же уровне, что и в самом начале 2000-х годов, когда «советскими людьми» в полноте осознавали себя 23,9% и еще 13,8% — в средней степени (отсутствие осознания себя в качестве «советского человека» было отмечено 40% опрошенных)[20]. Несмотря на то, что в нашем исследовании использована немного иная методика, концентрирующая внимание не на «Я-идентификации», а на «мы»-группах, ситуация выглядит практически идентичной: четверть (25,6%) населения Беларуси в 2016 году «часто» ощущала близость «с советским народом», еще 18,5% — «иногда» и только 22,8% «практически никогда» этой близости не чувствуют.

При этом статистически значимых различий выраженности уровня советской самоидентификации в разных возрастных и образовательных группах не выявлено. Да, доля носителей этого типа идентичности в старших возрастных группах несколько выше, однако эти различия не существенны (см. таблицу 36).

Таблица 36. Идентификация с общностью «советский народ» в разных возрастных группах, %

Как часто Вы ощущаете близость с разными группами людей — с теми, о ком Вы могли бы сказать: «Это — мы»?	**Возраст**, лет				**В среднем по выборке**
	16-24	25-44	45-64	65+	
Часто	23,1	23,2	27,0	31,2	25,7
Иногда	19,4	18,9	18,8	17,4	18,7
Практически никогда	25,9	25,4	21,8	17,4	23,0
Трудно сказать	31,6	32,6	32,5	34,0	32,6
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Что касается образования, то наиболее высока доля соотносящих себя с «советским народом» в группах с неполным средним и высшим (*Sic!*) образованием. Характер связи между уровнем образования и советской идентификацией не является однозначным, и сама связь весьма слабая, однако даже констатация отсутствия отличий в этих характеристиках выглядит весьма красноречиво (см. таблицу 37).

---

[19] См., в частности: **Этническая и гражданская принадлежность в восприятии населения современной Беларуси** / *Л.И. Науменко*, *Т.В. Водолажская*. — Мн., 2006. — С. 40; *Титаренко Л.Г. Титаренко Л.Г.* **Развитие национальной идентичности населения Беларуси в условиях современных глобализационных и интеграционных процессов** // Взаимодействие устойчивости и инновационности в развитии белорусского общества: сборник научных трудов / НАН Беларуси, Институт социологии. — Мн., 2009. — С. 195-196.

[20] См.: *Науменко Л.И.* **Этничность и гражданство в самосознании жителей современной Беларуси** // Социальные и социокультурные процессы в современной Беларуси: Сборник научных трудов / НАН Беларуси, Институт социологии. — Мн., 2003. — С. 199.

Таблица 37. Идентификация с общностью «советский народ» в разных образовательных группах, %

Как часто Вы ощущаете близость с разными группами людей — с теми, о ком Вы могли бы сказать: «Это — мы»?	Образование				В среднем по выборке
	Начальное, неполное среднее	Среднее общее	Среднее специальное	Высшее, незаконченное высшее	
Часто	37,3	22,0	24,2	32,8	25,7
Иногда	13,3	19,1	19,2	18,1	18,7
Практически никогда	20,5	22,0	25,2	20,8	23,0
Трудно сказать	28,9	36,9	31,3	28,3	32,6
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Если прибавить к этому то обстоятельство, что 27% горожан «часто» и еще 21,5% «иногда» ощущают близость «с советским народом», тогда как среди жителей сельской местности таковых 20,2% и 14,5%, соответственно, создается ощущение, что мы наблюдаем процесс «ренессанса» советской идентичности, которая из «уходящей» вместе со старшим поколением, ностальгирующим по молодости, пришедшейся на советские времена, постепенно становится «моложе», «образованнее» и «урбанизированнее».

Ответ на вопрос, почему не оправдались прогнозы социологов по поводу «естественного» отмирания советской идентичности, которые давались в начале 2000-х годов, довольно прост и очевиден. Официальная беларусская идеология старательно транслирует советские образцы и нормы, во многом опираясь на героизацию и романтизацию советского периода в жизни страны, проевропейски же ориентированная часть беларусского гражданского общества слишком рано признала процесс десоветизации завершенным и сосредоточила свои усилия на иных фронтах.

Однако и деятельность по распространению европейских ценностей и формирование беларусской идентичности как части европейской не приносит заметных результатов. Соотнесение и ощущение близости с европейцами и жителями развитых стран по-прежнему не слишком широко распространены среди беларусов: только 39,2% респондентов «часто» или «иногда» ощущают себя частью европейской общности и около 30% хотя бы время от времени соотносят себя с жителями развитых стран. Динамика самоидентификации беларусов как европейцев во времени также выглядит неутешительной для приверженцев европейского пути Беларуси. Если в 2000 году «полностью» осознавали себя европейцами 17,7% жителей Беларуси, то в 2016 году «часто» ощущали близость с данной группой только 12,5% респондентов. Уровень отрицательной самоидентификации значительно ниже в исследовании 2016 года: только 25,2% опрошенных ответили, что «практически никогда» не ощущают близости с европейцами, тогда как в 2000 году почти половина (47,3%) опрошенных «совсем не осознавала» себя частью этой группы. Однако уменьшение отрицательной самоидентификации происходит не за счет роста положительной, а за счет того, что в методике, использованной в исследовании 2016 года, был вариант ответа «Трудно сказать», который выбрали более трети опрошенных. К сожалению, из-за разницы

используемых в разных исследованиях методик изучения социальной идентичности, мы не можем проводить прямых сравнений, однако, даже с учетом этого обстоятельства, можно констатировать, что уровень «европейскости» в самоидентификации беларусов за последние 15 лет существенно не изменился и остается довольно низким.

Наибольшая дистанция в групповых самоидентификациях беларусов, по данным исследования, отмечается с протестантами: близость с этой конфессиональной группой хотя бы иногда ощущает только каждый пятый житель нашей страны, при этом здесь же наблюдается самый высокий показатель отрицательной самоидентификации.

Интересны сочетания, связь разных типов самоидентификаций между собой. Довольно тесно между собой связаны следующие пары (по убыванию силы связи)[21]:

- «Все люди на планете» — «Жители развитых стран» (0,674);
- «Беларусы» — «Жители моего города, села» (0,641);
- «Православные» — «Русские» (0,608).

Связь этих трех типов идентификаций выглядит вполне логичной и понятной, укорененной в исторической и культурной ситуации Беларуси.

Однако следующий набор идентификаций (также довольно сильно связанных между собой, хотя эта связь и слабее) включает и не столь очевидные комбинации:

- «Европейцы» — «Жители развитых стран» (0,589);
- «Европейцы» — «Протестанты» (0,583);
- «Жители моего города, села» — «Православные» (0,537);
- «Русские» — «Советский народ» (0,535);
- «Жители развитых стран» — «Советский народ» (0,524);
- «Европейцы» — «Все люди на планете» (0,514);
- «Жители постсоветских стран» — «Советский народ» (0,513);
- «Протестанты» — «Все люди на планете» (0,505).

---

[21] Для оценки силы связи использовался *V*-коэффициент Крамера.

Также отмечено, что наибольшее количество слабых связей отмечается у идентификаций с беларусами и жителями своего города, села. Самые низкие коэффициенты связи между идентификацией с беларусами и с европейцами, протестантами, всеми людьми на планете, жителями развитых стран, а также идентификации с жителями города, села и с протестантами, всеми людьми на планете, жителями развитых стран. На силу (а вернее, слабость) этих связей влияет большая разница в распространенности беларусской и «тутэйшай» идентичности и комплекса европейско-глобальных идентификаций.

Если оставить в стороне комплекс «Беларусы» — «Жители моего города, села» как доминирующий и непротиворечивый и попробовать сгруппировать остальные пары по наличию общих «членов», мы получим два комплекса идентификаций:

1) «Все люди на планете» — «Жители развитых стран» — «Европейцы» — «Протестанты» (высокие коэффициенты связи между всеми элементами комплекса);

2) «Православные» — «Русские» — «Советский народ» — «Жители постсоветских стран» (высокие коэффициенты связи между соседними элементами комплекса).

Очевидно выпадающим из общей логики выглядит довольно сильная связь идентификаций: «Жители развитых стран» — «Советский народ» (0,524), что заставляет нас более внимательно присмотреться к структуре групповых идентификаций беларусов.

При более внимательном рассмотрении выясняется, что менее сильные, но все же значимые связи существуют между практически всеми идентификациями, даже теми, которые в культурном и геополитическом плане можно считать «противостоящими» друг другу. Так, связь между идентификацией себя с «европейцами» и с «русскими» хотя и менее сильная, чем в лидирующих парах, однако все же довольно значительная (*V*-коэффициент Крамера = 0,477) (см. таблицу 38).

Таблица 38. Взаимосвязь самоидентификации с «русскими» и «европейцами», %

Самоидентификация с «русскими»	**Самоидентификация с «европейцами»**				**В среднем по выборке**
	Часто	Иногда	Практически никогда	Трудно сказать	
Часто	10,6	12,4	6,4	9,4	38,8
Иногда	1,3	13,3	5,6	6,7	26,9
Практически никогда	0,4	0,5	12,7	1,9	15,5
Трудно сказать	0,2	0,8	0,8	16,9	18,7
В среднем по выборке	12,5	27,0	25,6	35,0	100,0

Примерно таким же образом связаны ощущение близости «с жителями развитых стран» и «жителями постсоветских стран» (*V*-коэффициент Крамера = 0,430) (см. таблицу 39).

Таблица 39. Взаимосвязь самоидентификации с «жителями постсоветских стран» и «жителями развитых стран», %

Самоидентификация с «жителями постсоветских стран»	Самоидентификация с «жителями развитых стран»				В среднем по выборке
	Часто	Иногда	Практически никогда	Трудно сказать	
Часто	7,8	5,2	4,5	5,8	23,3
Иногда	1,5	12,1	8,4	9,3	31,4
Практически никогда	0,3	1,6	10,2	3,6	15,7
Трудно сказать	0,9	1,8	1,7	25,3	29,7
В среднем по выборке	10,4	20,7	24,9	44,0	100,0

Отметим, что значительный вклад в эти связи вносят негативная и неопределенная самоидентификации.

Таким образом, несмотря на большое искушение описать структуру групповых идентификаций беларусов как непротиворечиво укладывающуюся в прокрустово ложе идеологических представлений, свести различия в идентификациях к «западному» и «восточному» или «прогрессивному» и «реваншистскому» вектору, мы вынуждены признать, что использованные нами методики и полученные с их помощью результаты не позволяют этого сделать. Очевидно, что различия лежат в некой иной плоскости.

Для комплексного анализа структуры групповых идентификаций беларусов был проведен кластерный анализ с включением всех типов идентификации, которые были предложены респондентам. В результате было получено четыре кластера, сопоставимых между собой по наполняемости (в самый малочисленный кластер попало 16,6% респондентов, в самый многочисленный — 28,1%) (см. таблицу 40).

Таблица 40. Численность кластеров с разной структурой групповых идентификаций

Структура идентификации	Количество	Проценты
Неопределенная	330	16,6
Локальная	549	27,6
Восточнославянская	558	28,1
Универсальная	511	25,7
Пропущенные значения (нет ответа)	40	2,0
Всего	1988	100,0

Содержательная интерпретация структуры идентичности в выделенных кластерах не совсем однозначна, хотя по всем включенным в процесс кластеризации переменным коэффициенты связи между кластерной переменной и переменными, участвовавшими в кластеризации, довольно высокая (*V*-коэффициент Крамера выше 0,45, различия статистически значимы).

Две группы, которые мы условно называем группами с «неопределенной» и с «универсальной» структурой групповых идентификаций, представляют собой два «взаимообратных» случая. Для группы с «неопределенной» структурой (16,6% респондентов) характерен выбор позиции «Трудно сказать»

практически по всем предложенным типам самоидентификации. Единственные группы, с которыми представители этой группы чувствуют очень слабую положительную связь, — это беларусы, жители своего населенного пункта и русские; отрицательная самоидентификация в этой группе вообще практически отсутствует. Другой вид неопределенности демонстрирует вторая группа, структуру идентификаций которой мы назвали «универсальной» (25,7% от объема выборки). Она характеризуется довольно сильной степенью близости практически со всеми группами, обозначенными в анкете: с беларусами и русскими, с католиками и православными, с советским народом, жителями постсоветских и развитых стран. Интенсивность положительной самоидентификации с разными группами отличается, но она превалирует во всех случаях, кроме идентификации себя с протестантами, которая имеет более сложную структуру. Такая универсальность может по-разному интерпретироваться, однако очевидно, что если мы имеем в виду политический контекст, то этот тип самоидентификации имеет в себе такую же высокую степень неопределенности, как структура идентификаций в первой группе. В этом смысле, обе группы можно назвать не имеющими приоритетов в системе актуально-политических координат, хотя в первом случае это принимает форму неопределенности, а во втором — максимальной «вовлеченности».

Две другие группы отличаются более избирательной структурой приоритетов. Они практически одинаковы по численности и имеют некоторые общие черты, однако различия между ними также вполне явные.

Группа, структуру идентификаций которой мы условно называем «восточнославянской» (28,1% опрошенных), характеризуется высокой степенью положительной самоидентификации с беларусами, русскими, жителями своего города, деревни и православными. При этом со всеми остальными группами (кроме протестантов) у них практически нет ни положительной, ни отрицательной самоидентификации — по всем параметрам превалирует позиция «Трудно сказать». То есть при выраженной высокой близости с беларусами, русскими, православными и «местными» для этой группы характерна высокая степень неопределенности по отношению как к «западному миру», так и к постсоветским странам, советскому народу и пр.

Наконец, группа, структуру групповых идентификаций которой мы назвали «локальной» (27,6% респондентов), характеризуется довольно высокой положительной самоидентификацией с беларусами и с жителями своего города, поселка, деревни; гораздо более слабой (иногда слабой положительной, иногда отрицательной) идентификацией с русскими, православными и жителями постсоветских стран и превалированием отрицательной самоидентификации со всеми людьми на планете, европейцами, жителями развитых стран, а также католиками и протестантами. Ее можно описать как людей, укорененных в локальности и отстраненно, а то и с подозрением относящихся ко всем иным общностям, при этом «восточный» вектор для них все же менее неприемлем, чем «западный».

Анализ состава групп с разной структурой групповых идентификаций показывает практически полное отсутствие различий между ними по полу, возрасту и уровню образования их представителей. Нет различий и по типу населенного пункта, в котором проживают респонденты. А вот территориально они распределены по Беларуси весьма неравномерно (*V*-коэффициент Крамера = 0,305, различия статистически значимы) (см. таблицу 41).

Таблица 41. Распространенность разных типов групповых идентификаций в регионах Беларуси, %*

Регионы	Структура групповых идентификаций			
	Неопределенная	Локальная	Восточнославянская	Универсальная
Брестская область	24,0	26,2	29,4	20,4
Витебская область	18,6	30,8	28,1	22,4
Гомельская область	24,6	18,2	28,6	28,6
Гродненская область	1,3	86,2	3,6	8,9
Минская область	18,3	21,0	35,2	25,5
Могилевская область	26,3	10,5	37,7	25,4
Минск	6,8	17,2	33,0	43,1
В среднем по выборке	16,9	28,2	28,6	26,2

* Таблица читается по строке.

Витебская область практически повторяет общестрановую картину, в ней доля носителей той или структуры групповых идентификаций очень близка к средним по выборке. Остальные области имеют более или менее выраженную специфику. В Брестской, Гомельской и Могилевской областях доля респондентов с «неопределенной» идентификацией выше, чем по стране в целом, но за счет разных «источников». Если в Брестской области больше «неопределившихся» за счет респондентов с «универсальной» структурой идентификаций, то в Гомельской — за счет уменьшения доли носителей «локальной» идентификации. Минимальная доля носителей «локальной» идентичности (всего лишь 10,5%, т.е. почти в три раза меньше, чем в среднем по Беларуси) обнаруживается в Могилевской области, и там же мы наблюдаем максимальную долю носителей «восточнославянской» идентичности (правда, здесь различия совсем не такие яркие). Похожая ситуация в Минской области, для нее тоже характерно увеличение доли «восточнославянской» идентификации за счет «локальной», хоть и в меньших масштабах.

Минск характеризуется наивысшей долей носителей «универсальной» идентификации, таковых в столице едва ли не половина (43,1%). То есть в столице общая ситуация разнообразия самоидентификаций беларусов и отсутствия самоопределенческого выбора как в культурно-исторической, так и в актуально-политической плоскости достигает своего апогея, и мультикультурализм становится реальностью не только общественного устройства, но и устройства индивидуального сознания. При чем мультикультурализм не как ценность, а как реальное сочетание разных, иногда трудно совместимых между собой, идентичностей и установок.

Но больше всех на общем фоне выделяется Гродненская область, подавляющее большинство (86,2%) жителей которой попали по нашей классификации в группу с «локальной» структурой идентификаций. Дополнительный анализ данных показывает действительно высокий уровень негативной идентификации жителей Гродненской области как с такими группами, как русские, православные, жители постсоветских стран, советский народ (что ожидаемо от области, находящейся в западной части Беларуси), так и с такими общностями, как католики, протестанты, европейцы, жители развитых стран. Можно фиксировать своеобразное «восстание тутэйшасці» в Гродненской области (хотя восстание ли?), при этом по всем другим вопросам сходного плана, касающихся исторического и культурного самоопределения, таких существенных различий не наблюдается. Как принято говорить в таких случаях, вопрос требует дополнительного анализа и исследования.

Особенности идентичности и самоопределения в группах с разной восприимчивостью к инновациям

Историческое самоопределение не очень сильно различается в группах с высокой и низкой восприимчивостью к инновациям. С одной стороны, в группе с высокой восприимчивостью к инновациям (ВВИ) «западников» немного больше, но и «восточников» тоже. Различия в долях приверженцев того или иного исторического самоопределения связаны с тем, что в группе с ВВИ меньше неопределившихся, что вполне объяснимо, учитывая, что она более «молодая» и «образованная» (см. таблицу 42).

Таблица 42. Историческое самоопределение в группах с разной восприимчивостью к инновациям, %

По Вашему мнению, Беларусь исторически является:	Восприимчивость к инновациям		В среднем по выборке
	Высокая	Низкая	
Частью западного мира	29,2	24,0	27,1
Частью восточного мира	30,2	19,8	26,0
Затрудняюсь ответить	40,6	56,2	46,9
Всего	100,0	100,0	100,0

А вот ситуация с отнесением беларусской культуры к европейской или русской несколько иная. Различия здесь более выражены и полярны: в группе с низкой восприимчивостью к инновациям (НВИ) сторонников отнесения беларусской культуры к европейскому типу вообще практически нет, в то же время среди респондентов с ВВИ значительно ниже доля склонных считать беларусскую культуру ближе к русской (см. таблицу 43).

Таблица 43. Культурное самоопределение в группах с разной восприимчивостью к инновациям, %

По Вашему мнению, беларусская культура ближе к европейской или русской?	Восприимчивость к инновациям		В среднем по выборке
	Высокая	Низкая	
К европейской	11,1	2,8	7,8
К русской	63,4	75,7	68,4
Ни к одной, ни к другой, это уникальная культура	25,5	21,5	23,9
Всего	100,0	100,0	100,0

Что касается групповых идентификаций, то респонденты с высокой восприимчивостью к инновациям несколько чаще идентифицируют себя с европейцами (*V*-коэффициент Крамера = 0,231), жителями развитых стран (0,172) и русскими (0,164). У респондентов, которые попали в группу с низкой восприимчивостью к инновациям, более выражена идентификация с жителями постсоветских стран (0,201) и советским народом (0,164)[22]. Отметим, что, во-первых, еще раз подтверждается наблюдение, которое возникло на предыдущих этапах анализа: идентификации, маркирующие разные геополитические

[22] Здесь и далее по всему документу приведены только статически значимые связи.

ориентации — условно «западную» (европейцы, жители развитых стран) и условно «восточную» (русские, жители постсоветских стран), — не являются противостоящими в массовом сознании беларусов. Различие проходит скорее не по линии «Европа — Россия» или «Развитые страны — Постсоветское пространство», а между наличием хоть каких-то геополитических предпочтений как таковых и их отсутствием. Во-вторых, различия идентификаций в группах, выделенных по критерию восприимчивости к инновациям, хоть и характеризуют группу с высокой восприимчивостью к инновациям как более ориентированную на жителей развитых стран (Россию в данном контексте тоже можно рассматривать как более «продвинутую» в смысле развития, по крайней мере, так она видится большинству беларусов), но выявленные связи слишком слабы, чтобы придавать им серьезное значение.

Это подтверждает и анализ распространенности выделенных типов групповых идентификаций в группах в разной степенью восприимчивости к инновациям. Среди респондентов с высокой восприимчивостью к инновациям значительно меньше носителей «неопределенной» и несколько выше доля носителей «локальной» структуры идентификаций (см. таблицу 44).

Таблица 44. Структура групповых идентификаций в группах с разной восприимчивостью к инновациям, %

Структура групповых идентификаций	Восприимчивость к инновациям	
	Низкая	Высокая
Неопределенная	24,2	10,8
Локальная	25,5	35,6
Восточнославянская	26,1	23,7
Универсальная	24,2	29,9
Всего	100,0	100,0

Однако эти различия нельзя назвать существенными в содержательном смысле, а значит, мы вынуждены заключить, что сама по себе восприимчивость к инновациям не связана напрямую с культурно-историческим самоопределением и особенностями самоидентификации беларусов.

Обобщения и выводы

1. Вопрос исторического самоопределения остается наиболее неоднозначным для массового сознания беларусов: почти половина жителей страны не имеет позиции по поводу того, частью какого мира — «восточного» или «западного» — исторически является Беларусь, остальные делятся на две практически равные части: 28,2% относят Беларусь к «западному миру», 23,4% — к «восточному». В то же время, в актуально-культурном плане соотнесение себя с русской культурой доминирует: 73,7% считают, что беларусская культура ближе к русской, чем к европейской.

2. Данные исследования подтверждают устойчивость беларусской самоидентификации как таковой. Об этом говорит и то, что большая часть беларусов (71,4%) в той или иной степени уверена в

существовании беларусской нации как самостоятельной, и явное доминирование идентификации себя с «беларусами» в структуре групповых идентификаций.

3. Результаты исследования заставляют вновь обратиться к вопросу распространенности и характера советской идентичности в нашей стране, которая в начале 2000-х годов рассматривалась исследователями как «исчезающая». Сопоставление данных показывает, что в количественном выражении идентификация себя с мифической общностью «советского народа» остается на прежнем уровне, но меняется ее характеристики. Носители советской идентификации в среднем становятся «моложе», «образованнее» и «урбанизированнее».

4. При помощи кластерного анализа были получены четыре типа групповых идентификаций, характерных для жителей Беларуси: 1) «неопределенный» (16,6% респондентов), характеризующийся высокой степенью неопределенности по отношению практически ко всем предложенным для соотнесения группам; 2) «всеохватывающий» (25,7%), характеризующийся, напротив, высокой степенью близости с большинством из предложенных общностей; 3) «восточнославянский» (28,1%), для которого характерна высокая степень близости с беларусами, русскими, православными и «местными» и столь же высокая степень неопределенности по отношению ко всем остальным группам, как к «западному миру», так и к постсоветским странам, «советскому народу» и пр.; 4) «локальный» (27,6%), представителей которого можно описать как людей, укорененных в локальности и отстраненно, а то и с подозрением относящихся ко всем иным общностям, при этом «восточный» вектор для них все же менее неприемлем, чем «западный».

5. Анализ структуры групповых идентификаций беларусов показывает, что ее нельзя описать как непротиворечиво укладывающуюся в привычные идеологические и геополитические оппозиции и дихотомии, свести различия в идентификациях к «западному» и «восточному» или «прогрессивному» и «реваншистскому» вектору. Различия лежат скорее в плоскости наличия или отсутствия идентификаций более широкого порядка, чем «местная» и «беларусская». То есть беларусы отличаются друг от друга скорее не выбором между «европейцами» и «русскими», «жителями развитых стран» и «жителями постсоветских стран», а самим фактом отнесения себя ко всем этим общностям. Из четырех выделенных типов только носители «универсальной» самоидентификации имеют выраженную положительную самоидентификацию с наднациональными и глобальными общностями, но при этом — со всеми сразу.

6. Различия культурно-исторического самоопределения, в также структур идентификаций в группах, выделенных по критерию восприимчивости к инновациям, хоть и характеризуют группу с высокой восприимчивостью к инновациям как более ориентированную на «Запад» и «развитые страны», но выявленные связи слишком слабы, чтобы придавать им серьезное значение. Полученные данные не позволяют нам говорить о наличии выраженных связей между восприимчивостью к инновациям как таковой и культурно-историческим и актуально-геополитическим самоопределением беларусов.

Образ жизни и мобильность

Образ жизни мы будем понимать как определенный способ жизни человека или группы людей, определенную регулярность и качественную специфику, скрывающуюся за многообразием проявлений и организующую их. Отказываясь от подхода к образу жизни как производному от уровня жизни или принадлежности к уже описанным и нормированным социальным группам, классам, стратам и т.д., мы должны отказаться от идеи описания нормативного полагания образов жизни этих групп и последующее измерение на соответствие (например, «городской» и «сельский» образ жизни). Оговоримся, что целостное и комплексное изучение образа жизни не входит в задачи данного исследования, мы будем иметь дело только с отдельными характеристиками. В рамках представлений об образе жизни как динамической категории мы попытаемся построить эмпирическое измерение и описание существующих в Беларуси образов жизни в категориях:

1) **пространства**, в котором реализуется тот или иной образ жизни (географическое и социальное пространство, «каждый день беларуса» (КДБ));

2) **времени** и **интенсивности** (соотношение в том или ином образе жизни свободного и необходимого времени, характеристики темпа, мобильности, ритма того или иного образа жизни).

Свободное время и «каждый день беларуса» как характеристика образа жизни

Сама идея интерпретации понятия «образ жизни» через топику посещаемых мест и несколько ироничное название «каждый день беларуса» (КДБ) заимствованы из статьи беларусского философа и методолога Владимира Мацкевича[23], в которой он в ернической манере рассуждает об этой достаточно серьезной теме. Характеристика образа жизни через описание «каждого дня» состоит в выявлении топики пространства, осваиваемого человеком в той части своей жизни, которая в традиционных подходах к концептуализации образа жизни чаще всего относится к сфере досуга. В советской и постсоветской социологии часто при описании образа жизни пользовались и пользуются категориями: «труд», «быт», «досуг» и т.п. Мы же будем делать акцент на категории «свободное время» — как необходимое условие для существования гражданского общества.

Свободное время, в отличие от «необходимого», «занятого», понимается нами как время, которое человек осмысленно может использовать для реализации своих интересов и потребностей. В этом смысле, «необходимое», «занятое» время не тождественно «рабочему», в него может попадать также время, занятое осуществлением необходимых функций нетрудового характера, если они предзаданы и рутинизированы (уход за детьми или пожилыми родственниками, выполнение иных социальных обязательств). Люди, не имеющие свободного времени, не имеют шансов на полноценную социальную и

[23] См.: *Мацкевич В.* **Не думайте о рыжем и слепом утконосе** // Не думайте о рыжем и слепом утконосе: сборник статей / *В. Мацкевич*. — Мн., 2011. — С. 29-32 // Центр европейской трансформации: https://cet.eurobelarus.info/files/65/58/Utkonos.pdf.

политическую жизнь, ресурс свободного времени — первостепенный по значимости ресурс для существования развитого и активного гражданского общества.

Данные опроса говорят о недостатке свободного времени у беларусов, по крайней мере, по их собственной самооценке. Более половины респондентов (56,3%) отметили, что свободного времени у них совсем немного, большая часть времени занята работой и другими необходимыми делами. Примерно пятая часть (19%) беларусов отмечают, что не имеют свободного времени вообще, и почти столько же (18,5%) — что имеют его достаточно для отдыха и самореализации. Наконец, еще 5,8% опрошенных, по их мнению, имеют слишком много свободного времени, так много, что не знают, чем его занять (см. диаграмму 4).

Диаграмма 4. Распределение ответов на вопрос о наличии/отсутствии свободного времени, %



Понятное дело, что здесь мы имеем дело не с «реальным» свободным временем, а скорее с самооценкой своего образа жизни как позволяющего или не позволяющего тратить время на необязательные вещи и занятия.

На что же именно тратят свое свободное время беларусы? Самый распространенный способ проведения свободного времени — это общение с семьей (72,7%) и — с большим отрывом — с друзьями (47,4%). Третий по распространенности ответ: «На отдых, релаксацию» (40,5%). Почти треть (30,8%) беларусов тратит свое свободное время на работу на дачном или приусадебном участке. Хобби и увлечения занимают свободное время менее чем пятой части беларусов (17%), еще 13,7% тратят его на компьютерные игры и общение в интернете, 7,4% — на занятия спортом. Наконец, 3,4% респондентов отметили, что используют свое свободное время на получение образования, самообразования, и исчезающе малое количество (0,6%) выбирает в качестве способа проведения свободного времени общественную деятельность, волонтерство и пр. (см. таблицу 45).

Таблица 45. Формы проведения свободного времени*

На что Вы обычно тратите свое свободное время?	Количество	Проценты
На общение с семьей	1444	72,7
На общение с друзьями	942	47,4
На отдых, релаксацию	806	40,5
На работу на дачном/приусадебном участке, садоводство, огородничество	611	30,8
На свои увлечения, хобби	337	17,0
На компьютерные игры, общение в Интернете	273	13,7
На занятия спортом	148	7,4
На получение дополнительного образования, самообразования	67	3,4
На общественную деятельность, волонтерство и пр.	13	0,6
Иное	20	1,0
Нет ответа	4	0,2

* Вопрос предполагал возможность выбрать до трех вариантов ответа, поэтому сумма ответов больше 100%.

Об интенсивности и разнообразии проведения свободного времени можно судить по тому, что из всех предложенных способов проведения свободного времени (при наличии открытой строки, в которой можно было написать свой вариант) только половина респондентов выбрала максимально возможное (по заданному в анкете ограничению) количество вариантов — три. Четверть респондентов (26,5%) отметили только два варианта, еще 20,7% и вовсе ограничились одним. Если считать это косвенной характеристикой разнообразия проведения свободного времени, то мы можем сказать, что степень этого разнообразия меняется с возрастом (чем моложе респонденты, тем выше среди них доля тех, кто выбирает два и три, а иногда, не смотря на ограничение, и больше вариантов ответа) и уровнем образование (в группах с более высоким уровнем образования наблюдается большее разнообразие). Что интересно, что разнообразие

форм проведения свободного времени никак не зависит от того, в городе или сельской местности живут респонденты, но довольно сильно отличается, в зависимости от региона. «Лидирует» по количеству отмеченных форм проведения свободного времени Витебская область (66,4% выбравших три варианта ответа, плюс еще 3%, которые выбрали больше, не смотря на ограничение), затем идет Гомельская область и только потом — Минск и Минская область. Явным «аутсайдером» в этом смысле выглядит Гродненская область, где только четверть (24,2%) респондентов отметили по три варианта ответа.

Способы проведения свободного времени имеют абсолютно предсказуемую возрастную специфику. Чем старше жители нашей страны, тем меньше времени они тратят на общение с друзьями, занятия спортом, на свои увлечения и общение в интернете, самообразование и тем больше — на работу на даче или в огороде. Также респонденты старше 55 лет значительно меньше остальных тратят время на отдых, что кажется нелогичным, если не принимать во внимание два аспекта. Во-первых, распространенный среди старшего поколения «трудоголизм», когда ценность отдыха и релаксации практически отсутствует, и человеку, пока он в состоянии двигаться, отдыхать как-то даже «неприлично». Это тесно связано со вторым фактором, а именно — установкой обыденного сознания на то, что если ты не занят «в общественном производстве», то ты уже отдыхаешь, когда выход на пенсию расценивается как выход «на заслуженный отдых». Соответственно, отдых как особое времяпровождение перестает быть возможным (см. таблицу 46).

Таблица 46. Формы проведения свободного времени в разных возрастных группах, %*

На что Вы обычно тратите свое свободное время?	**Возраст**, лет					
	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
На отдых, релаксацию	42,5	45,0	43,2	44,8	33,9	30,5
На общение с друзьями	77,5	55,0	41,7	39,9	33,5	33,3
На общение с семьей	50,9	74,6	78,6	77,5	77,3	78,2
На получение дополнительного образования, самообразования	5,6	4,1	3,0	3,8	2,1	0,9
На занятия спортом	18,1	10,2	5,9	5,6	2,6	1,2
На работу на дачном/приусадебном участке, садоводство, огородничество	7,5	17,7	27,3	35,0	49,4	53,6
На свои увлечения, хобби	25,0	18,2	15,9	16,7	16,3	8,7
На компьютерные игры, общение в Интернете	30,9	19,1	13,3	8,5	4,7	2,5

* Таблица читается по столбцу.

Единственный способ проведения свободного времени, на который практически не влияют возрастные характеристики, — это общение с семьей. Только самая младшая возрастная группа (от 16 до 24 лет) меньше времени проводит с семьей, начиная же с 25-летнего возраста доминирование этого способа проведения свободного времени — бесспорно.

Существенные различия в способах проведения свободного времени городскими и сельскими жителями зафиксированы только по двум параметрам. Во-первых, горожане больше «отдыхают» (42,2% против 36%).

И, конечно, среди жителей сельской местности гораздо больше распространено огородничество: почти половина из них (47,1%) проводят свое свободное время именно так. Однако было бы ошибкой считать это времяпровождение исключительно чертой «сельского образа жизни»: четверть (25,1%) горожан проводит свое свободное время точно так же.

Полученные данные описывают образ жизни беларусов с точки зрения наличия свободного времени и способов его проведения. Однако полученное описание не дает полноты понимания, поскольку, во-первых, основано на самооценках, а во-вторых, не позволяет фиксировать целый ряд форм проведения свободного времени, важных для описания и понимания образа жизни, но не схватываемых в традиционных формах вопросов о досуге, свободном времени т.п. Для получения более полного представления мы попросили респондентов заполнить таблицу, в которой нужно было отметить фактическую частоту посещения ими тех или иных мест, форматов, мероприятий. В качестве таких «мест» были предложены как места, связанные с досуговыми формами проведения свободного времени (такие как кафе, ресторан, кинотеатр, цирк, зоопарк, спортивные соревнования и секции и пр.), так и места, связанные с общественной (партийное собрание, собрание общественной организации), религиозной (церковь, мечеть, синагога), образовательной (библиотека, публичная лекция) активностью.

Если перевести частоту посещения различных мест, культурных и общественных учреждений и мероприятий в порядковую шкалу и выставить баллы по убыванию частоты (самый высокий балл «7» будет соответствовать частоте «Чаще одного раза в неделю», самый низкий «1» — «Был только однажды», при этом варианту «Никогда (не был)» придается нулевое значение) и посчитать средний балл по каждому из предложенных мест, то окажется, что на первом месте по среднему значению частоты посещения у беларусов оказывается «дачный участок, огород», на котором почти половина беларусов (45,4% в сумме) бывает минимум раз в неделю. Вторым по частоте посещения местом оказываются религиозные учреждения (церковь, молитвенный дам, мечеть, синагога, в зависимости от вероисповедания). Отметим большой разрыв между этими двумя самыми посещаемыми беларусами местами: раз в неделю и чаще храмы своей религии посещают всего 8,1% респондентов, еще около четверти (25,5%) бывают там, как минимум, каждый месяц или чуть реже, 22,7% — 1-3 раза в год (скорее всего, «по большим праздникам», т.е., условно говоря, на Пасху и Рождество).

Далее с небольшим отрывом следует комплекс развлекательных учреждений: кафе, бары, кинотеатры, посещение концерта или развлекательных программ, ресторана (в который около трети беларусов (30,5%) заглядывает не каждый год, а каждый пятый (21,5%) никогда в жизни не был).

Затем, тоже последовательно с уменьшающейся частотой, следует посещение «учреждений культуры» (библиотек, театров, музеев), в которые около трети беларусов не заглядывает никогда и были только однажды от 18,4% (в библиотеке) до 29,5% (в музее).

С одинаковой средней (довольно невысокой) частотой респонденты посещают спортивные соревнования и секции, следом за ними идут такие более специфические формы проведения досуга, как посещение цирка и зоопарка (каждый десятый беларус (10,7%) хотя бы раз в год посещает эти места).

Участие в общественной жизни занимает последнее место по интенсивности: три четверти (74,5%) респондентов ни разу в жизни не были ни на одном собрании общественной организации, товарищества собственников и т.п. 90% — никогда не участвовали в собрании какой бы то ни было партии. Меньше пятой части опрощенных (18,9% и 18,4% соответственно) хотя бы раз в жизни посетили клуб по интересам и побывали на публичной лекции (см. таблицу 47).

Таблица 47. Частота посещения различных мест и мероприятий*

Места	Чаще одного раза в неделю	Один раз в неделю	1-3 раз в месяц	1-2 раза в квартал	1-3 раза в год	Реже одного раза в год	Был(-а) только однажды	Никогда	Средний балл
Дачный участок, огород	25,0%	20,4%	16,8%	5,8%	4,7%	3,8%	2,3%	21,3%	4,28
Церковь, молитвенный дом, мечеть, синагога и т.п.	2,3%	5,8%	10,4%	15,1%	22,7%	13,6%	9,5%	20,7%	2,68
Кафе, бар	0,9%	3,1%	11,9%	16,3%	19,6%	22,7%	11,9%	13,6%	2,66
Кинотеатр	0,5%	1,5%	7,4%	11,6%	17,0%	29,7%	15,7%	16,5%	2,22
Концерты, развлекательные программы и пр.	0,8%	0,8%	2,9%	9,2%	21,9%	29,3%	16,4%	18,8%	2,02
Ресторан	0,5%	0,7%	3,2%	8,0%	18,5%	30,5%	17,1%	21,5%	1,89
Библиотека	1,1%	2,1%	5,4%	6,1%	7,6%	25,4%	18,4%	33,9%	1,63
Театр	1,0%	0,5%	1,1%	3,9%	11,8%	28,1%	24,1%	29,5%	1,46
Музей	0,2%	0,4%	1,7%	3,0%	9,9%	28,9%	29,5%	26,4%	1,41
Спортивные соревнования (в качестве зрителя)	1,0%	1,3%	2,8%	5,6%	11,0%	18,6%	14,9%	44,9%	1,36
Спортивная секция, занятия фитнесом и т.п.	5,1%	4,3%	4,0%	3,0%	3,7%	10,5%	10,1%	59,4%	1,36
Зоопарк	0,1%	0,4%	0,8%	2,3%	7,1%	23,9%	36,3%	29,3%	1,21
Цирк	0,2%	0,4%	1,2%	2,4%	6,5%	23,2%	35,0%	31,1%	1,20
Собрание общественной организации, товарищества собственников и т.п.	0,7%	0,6%	0,9%	1,6%	4,1%	7,9%	9,7%	74,5%	0,57
Клуб по интересам, кружок	0,9%	1,1%	1,8%	1,6%	1,8%	4,9%	6,9%	81,1%	0,50
Публичная лекция, дискуссия	0,4%	0,5%	0,9%	1,6%	2,3%	5,3%	7,5%	81,6%	0,41
Партийное собрание	0,1%	0,3%	0,7%	0,4%	0,9%	3,2%	4,4%	90,0%	0,21

* Таблица читается по строке.

Кластерный анализ, проведенный на всем массиве данных о посещаемых респондентами в свободное время местах и мероприятиях, позволяет выделить всего две группы, отличающиеся по этой характеристике образа жизни (см. таблицу 48).

Таблица 48. Численность кластеров, выделенных по критерию частоты посещения различных мест и мероприятий

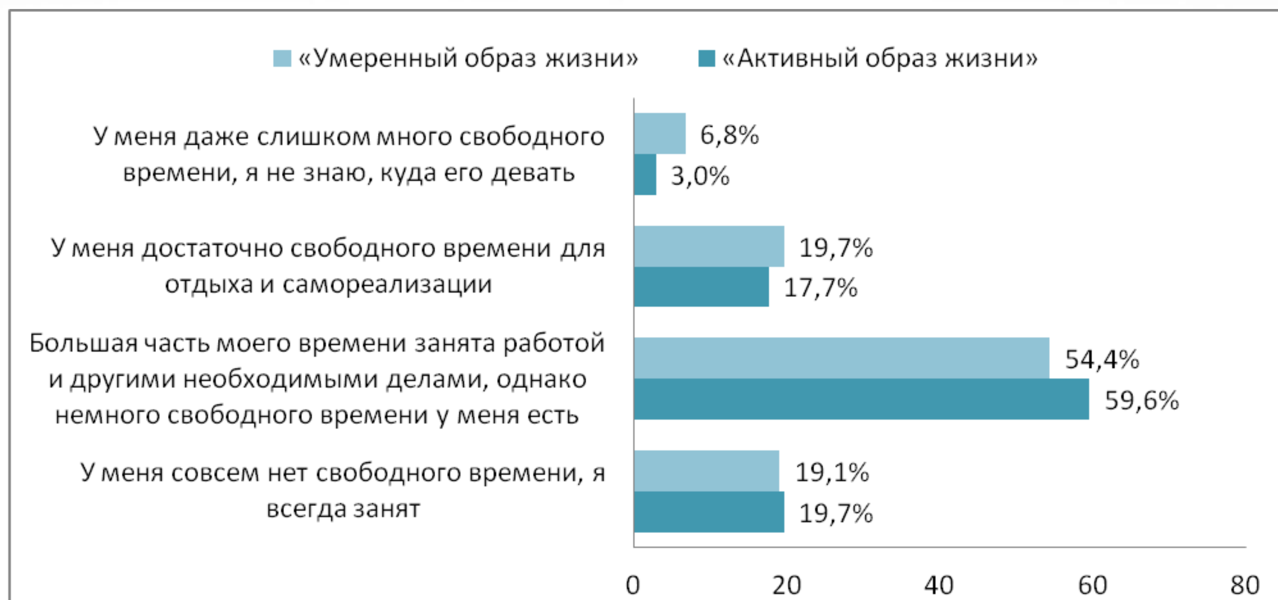
	Количество	Проценты
«Умеренный образ жизни»	1320	66,4
«Активный образ жизни»	560	28,2
Пропущенные значения	108	5,4
Всего	1988	100,0

Более многочисленная группа, которую мы условно охарактеризуем как группу с «умеренным образом жизни», составляет две трети от всей выборки и отличается от второй группы (образ жизни которой столь же условно назван «активным») не столько разницей в предпочтениях, сколько гораздо меньшим разнообразием форм проведения свободного времени. В топике посещаемых мест этой группы практически полностью отсутствуют такие места, как цирк и зоопарк, музей и театр, партийные и общественные собрания, клубы и кружки по интересам, публичные лекции и дискуссии. Интенсивность посещения других мест, относящихся к спортивно-развлекательной индустрии, также ниже, чем во второй группе, хотя здесь отличия не так разительны. Роднят эти группы два непререкаемых «лидера» в образе жизни беларусов: дачные участки и религиозные учреждения. Интенсивность посещения этих двух «мест» практически одинакова в обеих группах.

Социально-демографические характеристики этих двух групп не очень сильно отличаются. Анализ показывает наличие слабой, хотя и значимой при переносе на генеральную совокупность связи степени активности образа жизни с возрастом (в младших возрастных группах доля ведущих «активный образ жизни» выше, *V*-коэффициент Крамера = 0,242) и местом проживания (среди горожан доля ведущих «активный образ жизни» 33,9%, среди сельских жителей — только 17,5%, *V*-коэффициент Крамера = 0,154).

Зависит ли содержание, которым беларусы наполняют свой «каждый день» от наличия свободного времени? Анализ данных показывает, что, по крайней мере, опираясь на самооценку респондентов, мы не можем утвердительно ответить на этот вопрос. Доли респондентов, обладающих или не обладающих свободным временем, практически одинаковы в обеих группах (см. диаграмму 5).

Диаграмма 5. Доли респондентов, обладающих или не обладающих свободным временем, %



Социальная и территориальная мобильность как характеристики образа жизни

Мобильность в наше время является одной из базовых характеристик, учет которой важен при анализе практически всех социальных процессов и явлений. Темпы изменений как в мире технологий, так и в мире социальных норм и практик требуют высокой изменчивости и адаптивности, постоянной готовности к движению. Глобализация рынка труда и образования стимулирует высокую степень профессиональной и территориальной мобильности. Инновационная «гонка» задает систему факторов успеха — как индивидуального, так и корпоративного, странового, регионального, — в которой высокая степень мобильности является одним из важнейших. Таким образом, социальная, профессиональная, территориальная мобильность сами по себе являются важной составляющей инновационного потенциала личности или страны.

Рассматривая мобильность как характеристику образа жизни, мы исходим из предположения, что частая смена места проживания, места работы или сферы деятельности, опыт знакомства с другими странами формирует или корректирует определенный образ жизни, а также связана с другими важными для целей исследования характеристиками: восприимчивостью к инновациям, структурой идентичности, потенциальной или актуальной общественно-политической активностью.

В целом, уровень территориальной и профессиональной мобильности беларусов невысок. Почти половина граждан Беларуси (44,4%) никогда не меняли места жительства и столько же (44%) — профессию. Уровень трудовой мобильности несколько выше: только четверть респондентов (27,1%) никогда не меняли места работы, 38,9% — меняли 1-2 раза и еще четверть (25,1%) — 3-5 раз (см. диаграмму 6).

Диаграмма 6. Территориальная, профессиональная и трудовая мобильность, %

Итак, каждый десятый беларус (10,1%) на протяжении жизни три и более раз менял место жительства, 15,3% — профессию, почти треть (33,5%) — место работы.

Безусловно, при характеристике мобильности населения следует учитывать возрастную специфику, поскольку мобильность на протяжении жизни связана в том числе с длительностью этой жизни, профессию нельзя поменять, не приобретя ее, а работу — не приступив к ней.

Действительно, уровень территориальной мобильности растет вместе с возрастом: если в младшей возрастной группе (16-24 лет) около двух третей (60,7%) респондентов никогда не меняли места жительства и около одной трети (34,9%) успели один или два раза переехать, то в старших возрастных группах (от 45 лет и старше) долевое соотношение практически обратное (см. таблицу 49).

Таблица 49. Территориальная мобильность в разных возрастных группах, %

Приходилось ли Вам в жизни менять место жительства?	Возраст, лет				Всего
	16-24	25-44	45-64	65+	
Ни разу	60,7	46,6	38,3	37,4	44,6
1-2 раза	34,9	43,6	49,0	51,4	45,2
3 и более раз	4,3	9,8	12,7	11,2	7,8
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

А вот в отношении профессиональной и трудовой мобильности такой четкой связи нет. Понятно, что самые «молодые» группы — от 16 до 24 лет и от 25 до 34 лет — имеют меньший опыт смены профессии и места работы, однако среди остальных возрастных групп четкой зависимости этих видов мобильности от возраста не фиксируется, более того, самый высокий уровень профессиональной мобильности у респондентов в возрасте от 35 до 44 лет, а по уровню трудовой мобильности самая старшая группа — от 65 лет и старше — несколько уступает респондентам от 35 до 64 лет, что позволяет говорить, что, при сохранении близких советскому времени показателей территориальной мобильности, интенсивность профессиональной и трудовой мобильности в период независимой Беларуси несколько повысилась (хотя, отметим, совсем не так значительно, как можно было бы ожидать) (см. таблицу 50).

Таблица 50. Профессиональная и трудовая мобильность в разных возрастных группах, %

Приходилось ли Вам в жизни:		Возраст, лет					
		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
Менять профессию	Ни разу	77,2	43,3	29,2	35,9	36,8	42,1
	1-2 раза	16,3	41,6	50,2	44,7	45,0	43,3
	3 и более раз	6,6	15,1	20,7	19,4	18,2	14,6
Менять место работы	Ни разу	68,1	24,3	15,5	15,5	18,3	22,1
	1-2 раза	20,0	47,7	41,7	42,4	35,7	43,0
	3 и более раз	11,9	28,0	42,8	42,1	46,0	34,9

Еще один важный фактор, влияющий на образ жизни, — это опыт пребывания за пределами страны. На вопрос «Выезжали ли Вы в последние 3 года за пределы Беларуси?» больше половины опрошенных (59,6%) ответили отрицательно (см. диаграмму 7).

Возрастная зависимость здесь прямо обратная той, которую мы наблюдали при анализе территориальной и трудовой мобильности. Около половины респондентов в возрасте от 16 до 44 лет за последние три года совершали поездки за пределы страны, в то время как в группе от 45 до 64 лет таковых только чуть более трети (36,6%), в группе старше 65 лет — 16,5% (см. таблицу 51).

Наиболее распространенная цель выезда за границы Беларуси — отпуск, туристическая поездка: почти четверть беларусов (24,7%) за последние три года воспользовались такой возможностью. Следующими по распространенности поводами служат поездки за покупками (10,7%) и визиты к родственникам или друзьям (10,5%). Поездки за пределы страны с рабочими или образовательными целями, если судить по

ответам респондентов, мало распространены: только 5,5% отметили выезды с рабочими целями, 2,2% — с образовательными (см. таблицу 52).

Диаграмма 7. Распределение ответов на вопрос: «Выезжали ли Вы в последние 3 года за пределы Беларуси?», %



Таблица 51. Межстрановая мобильность в разных возрастных группах, %*

Выезжали ли Вы в последние три года за пределы Беларуси?	Возраст, лет				Всего
	16-24	25-44	45-64	65+	
Да	47,8	52,3	36,6	16,5	40,6
Нет	52,2	47,7	63,4	83,5	59,0

* Таблица читается по столбцу.

Таблица 52. Цели выезда за пределы Беларуси в последние три года

Если Вы выезжали за пределы Беларуси в последние три года, то с какой целью?	Количество	Проценты
Отпуск, туристическая поездка	492	24,7
За покупками	213	10,7
В гости к родственникам или друзьям	208	10,5
Рабочая командировка	71	3,6
Временная или постоянная работа	38	1,9
Участие в стажировках, семинарах, конференциях и пр.	30	1,5
Получение образования в вузе другой страны	15	0,7
Иное	10	0,5
Не выезжали за пределы Беларуси в течение последних трех лет	1185	59,6

«Планируемая» трудовая и образовательная мобильность за пределы страны несколько выше, чем существующая сейчас: 5% опрошенных ответили, что планируют в ближайшие пять лет получить образование в другой стране, 11,5% — найти временную или постоянную работу, 7,6% строят еще более серьезные иммиграционные планы, планируя получить гражданство другой страны или уехать из Беларуси на ПМЖ (см. таблицу 53).

Таблица 53. Планируемая межстановая миграция

Планируете ли Вы в ближайшие 5 лет:	**Количество**	**Проценты**
Получить образование в другой стране	99	5,0
Найти временную работу в другой стране	149	7,5
Найти постоянную работу в другой стране	79	4,0
Получить гражданство другой страны	45	2,3
Уехать на постоянное место жительства	105	5,3
Ничего из перечисленного	1582	79,6

Понятно, что планирование получения образования в другой стране более характерно для молодежи: 13,4% респондентов от 16 до 24 лет имеют такие планы, в группе от 25 до 34 лет — таковых 7,5%. Вообще, возрастная группа от 16 до 24 лет — самая ориентированная на любую мобильность, связанную с выездом за границу: в ней доля тех, кто планирует отъезд за пределы Беларуси с целью найти временную и постоянную работу или получить гражданство, почти в два раза выше, по сравнению со следующей группой от 25 до 34 лет, которая, в свою очередь, опережает по этим показателям более старшие возрасты. Только планы по отъезду на ПМЖ сравнивают эти группы: около 9% респондентов до 34 лет планируют уехать навсегда. Насколько эти планы осуществимы, это отдельный вопрос, однако даже в качестве прожектерства эти цифры выглядят не слишком утешительно.

При этом опыт пребывания за границей поддерживает планы на дальнейшую миграцию. Практически по всем видам, кроме получения образования, среди тех, кто в последние три года выезжал за пределы Беларуси, доля планирующих найти временную или постоянную работу, получить гражданство или уехать на ПМЖ в 2-3 раза выше, чем среди тех, кто не пересекал границ страны. Впрочем, здесь опосредующую роль может играть возраст, поэтому однозначно говорить о причинно-следственных связях в данном случае будет некорректно.

Показатели мобильности связаны с той характеристикой образа жизни, которую мы описывали через «каждый день беларуса» (КДБ), однако на общем массиве эта связь кажется очень слабой. В выделенной нами группе ведущих «активный образ жизни» показатели территориальной, профессиональной и трудовой миграции практически одинаковы, а иногда даже уступают показателям группы с «умеренным образом жизни». В случае с межстрановой миграцией ситуация повторяется с точностью до наоборот, однако и в том, и в другом случаях мы должны помнить об опосредующем факторе возраста, который значим и для выделенных по интенсивности образа жизни групп, и для показателей миграции.

Попробуем рассмотреть каждую из групп, выделенных по критерию интенсивности образа жизни, отдельно. Анализ уровня миграции в зависимости от возраста респондентов, ведущих «умеренный» и

«активный» образ жизни показывает, что уровень территориальной, профессиональной и трудовой мобильности в этих группах действительно сходный; есть небольшие различия, причем довольно странного характера: представители всех возрастных групп, кроме самой молодой, ведущих «активный» образ жизни, несколько «активнее» своих сверстников из «умеренной» группы и по показателям мобильности, а вот молодежь, отличающаяся более активным образом жизни в смысле посещения всяких мест и мероприятий, отличается от своих сверстников из «умеренной» группы более низким уровнем территориальной, профессиональной и трудовой мобильности. Но, в любом случае, различия эти достаточно невелики.

Гораздо существеннее различия между группами по уровню межстрановой мобильности — как фактической, так и планируемой. Во всех возрастных группах кластера «Активный образ жизни» показатели межстрановой миграции выше, чем в соответствующих группах кластера «Умеренный образ жизни» (см. таблицы 54 и 55).

Таблица 54. Доля тех, кто выезжал в последние три года за пределы Беларуси в разных возрастных группах кластеров, выделенных по активности образа жизни, %

Образ жизни	**Возраст**, лет				**Всего**
	16-24	25-44	45-64	65+	
«Умеренный образ жизни»	37,4	48,1	31,5	13,6	33,9
«Активный образ жизни»	57,6	61,7	52,1	31,6	56,1

Таблица 55. Доля тех, кто планирует в ближайшие 5 лет ту или иную активность, связанную с выездом за границу, в разных возрастных группах кластеров, выделенных по активности образа жизни, %

Планируете ли Вы в ближайшие 5 лет:	**Образ жизни**	**Возраст**, лет			
		16-24	25-44	45-64	65+
Получить образование в другой стране	«Умеренный»	10,4	3,8	0,9	0,4
	«Активный»	14,9	8,5	4,8	2,6
Найти временную работу в другой стране	«Умеренный»	11,6	8,6	3,8	3,0
	«Активный»	16,3	9,4	11,6	7,9
Найти постоянную работу в другой стране	«Умеренный»	7,3	2,9	1,5	0
	«Активный»	10,6	7,7	5,5	2,6
Получить гражданство другой страны	«Умеренный»	4,9	1,2	0,4	0,4
	«Активный»	5,7	5,1	3,4	2,6
Уехать на постоянное место жительства	«Умеренный»	7,3	6,7	2,8	1,9
	«Активный»	10,6	8,1	2,1	0

Образ жизни и восприимчивость к инновациям

В этом подразделе мы рассмотрим, как отличаются проанализированные нами характеристики образа жизни в группах с разной степенью восприимчивости к инновациям[24].

Существенные отличия между группами фиксируются по наличию свободного времени (*V*-коэффициент Крамера = 0,343). У респондентов, которые были отнесены в группу с высокой восприимчивостью к инновациям (ВВИ), гораздо меньше свободного времени, чем у тех, кто был отнесен в группу с низкой восприимчивостью (НВИ) (нельзя забывать, что здесь мы опираемся исключительно на самооценку и субъективное восприятие людей степени своей «занятости»). Так, в группе с НВИ доля тех, кто отметил, что имеет достаточно времени для отдыха и самореализации, почти в два раза выше, чем в группе с ВВИ; доля же тех, кто не знает, куда девать свободное время, в группе с ВВИ ничтожно мала (1,1%), в то время как среди респондентов с НВИ таковых 15,8% (см. таблицу 56).

Таблица 56. Наличие свободного времени у респондентов с разной степенью восприимчивости к инновациям, %*

Какое из следующих утверждений наиболее точно характеризует Вашу жизнь?	**Восприимчивость к инновациям**	
	Низкая	Высокая
У меня совсем нет свободного времени, я всегда занят	14,2	17,5
Большая часть моего времени занята работой и другими необходимыми делами, однако немного свободного времени у меня есть	41,0	65,5
У меня достаточно свободного времени для отдыха и самореализации	29,0	15,9
У меня даже слишком много свободного времени, я не знаю, куда его девать	15,8	1,1

* Таблица читается по столбцу.

Еще более существенны различия между группами по характеристике, которую мы условно называем «каждый день беларуса» (КДБ) и которая описывает интенсивность перемещения людей по различным досуговым, культурным, образовательным, общественно-политическим местам и мероприятиям. Доля респондентов, ведущих «активный образ жизни», в группе с ВВИ почти в 5 раз выше, чем в группе с НВИ (*V*-коэффициент Крамера = 0,417). В целом, по интенсивности образа жизни респонденты с ВВИ делятся на две практически равные части: половина из них ведет «умеренный», а половина — «активный» образ жизни, в то время как среди респондентов с НВИ «умеренный образ жизни» свойственен абсолютному большинству (88,6%) (см. таблицу 57).

---

[24] См. подраздел **«Группы по критерию восприимчивости к инновациям»**.

Таблица 57. Распределение респондентов с разной степенью восприимчивости к инновациям по интенсивности образа жизни, %*

Кластеры по образу жизни	Восприимчивость к инновациям	
	Низкая	Высокая
«Умеренный образ жизни»	88,6	49,2
«Активный образ жизни»	11,4	50,8

* Таблица читается по столбцу.

Из такой взаимосвязи интенсивности образа жизни и восприимчивости к инновациям, логически вытекает и эмпирически подтверждается и связь с уровнем территориальной и социальной мобильности. Аналогично тому, как связаны эти характеристики с интенсивностью образа жизни, уровень территориальной, профессиональной и трудовой мобильности практически не отличается в группах с высокой и низкой восприимчивостью к инновациям, более того, респонденты с ВВИ даже несколько более «оседлые», чем группа с НВИ (впрочем, связь эта очень слабая, хотя различия статистически значимы) (см. таблицу 58).

Таблица 58. Территориальная, профессиональная и трудовая мобильность респондентов с разной степенью восприимчивости к инновациям, %*

Как часто Вам приходилось в жизни:		Восприимчивость к инновациям	
		Низкая	Высокая
Менять место жительства	Ни разу	43,1	50,3
	1-2 раза	49,1	39,2
	3-5 раз	5,7	8,2
	Более 5 раз	2,2	2,4
Менять профессию	Ни разу	46,8	55,1
	1-2 раза	40,2	32,2
	3-5 раз	10,8	10,9
	Более 5 раз	2,2	1,9
Менять место работы	Ни разу	26,3	38,0
	1-2 раза	38,9	36,4
	3-5 раз	27,2	19,4
	Более 5 раз	7,6	6,1

* Таблица читается по столбцу.

А вот с межстрановой мобильностью все обстоит иначе (*V*-коэффициент Крамера = 0,494). Доля респондентов, которые в последние три года выезжали за пределы Беларуси, в группе с ВВИ почти в 4 раза выше, чем в группе с НВИ, и составляет почти две трети (66,4%) (см. таблицу 59).

Таблица 59. Межстрановая мобильность респондентов с разной степенью восприимчивости к инновациям, %*

Выезжали ли Вы в последние три года за пределы Беларуси?	Восприимчивость к инновациям	
	Низкая	Высокая
Да	17,2	66,4
Нет	82,8	33,6

* Таблица читается по столбцу.

Респонденты с высокой восприимчивостью к инновациям также более склонны строить планы, связанные с выездом за границу, кроме отъезда на ПМЖ (см. таблицу 60).

Таблица 60. Доля планирующих поездки или отъезд в другие страны в ближайшей перспективе в группах с разной степенью восприимчивости к инновациям, %

Планируете ли Вы в ближайшие 5 лет:	Восприимчивость к инновациям	
	Низкая	Высокая
Получить образование в другой стране	1,9	9,5
Найти временную работу в другой стране	5,3	9,3
Найти постоянную работу в другой стране	1,6	6,9
Получить гражданство другой страны	0,6	3,4
Уехать на постоянное место жительства	6,3	5,3

Обобщения и выводы

1. Исходя из представления о свободном времени как необходимом (хотя и не достаточном) факторе существования и развития гражданского общества в стране, мы вынуждены констатировать недостаток этого ресурса в образе жизни беларусов. Только пятая часть беларусов, по самооценке, обладает необходимым для отдыха и самореализации количеством свободного времени. Но даже и имеющееся свободное время большинство беларусов тратит на занятия, далекие от саморазвития и участия в общественно-политических процессах. Наиболее распространенные формы проведения свободного времени — общение в семейном и дружеском кругу, релаксация, работа на приусадебном участке.

2. Среди всех мест и мероприятий, предложенных в исследовании, «дачный участок, огород» лидирует с огромным отрывом, значительно опережая религиозные учреждения и места для отдыха и развлечений (кафе, бар, кинотеатр, посещение концерта), которые делят второе и третье места. Таким образом, топика наиболее распространенных мест проведения свободного времени описывается триадой: «дача — церковь — отдохнуть». Клубы, общественные и партийные собрания, публичные лекции и мероприятия беларусы посещают значительно реже, чем цирк и зоопарк.

3. Если образ жизни беларусов и можно как-то различить с точки зрения предложенной топики мест, то только по степени общей интенсивности движения по ним, а не по каким-то качественным или специфическим характеристикам. Проведенный кластерный анализ позволил разделить респондентов на две группы: ведущих «умеренный образ жизни» (66,4%) и ведущих «активный образ жизни» (28,2%). При этом социально-демографические характеристики этих двух групп не очень сильно отличаются, также нет существенных различий между ними по наличию ресурса свободного времени.

4. Анализ разных типов мобильности как характеристики образа жизни показывает, что, в целом, уровень территориальной, профессиональной и трудовой мобильности внутри страны остается достаточно стабильным и при этом сравнительно невысоким: только каждый десятый беларус (10,1%) на протяжении жизни три и более раз менял место жительства, 15,3% — профессию, почти треть (33,5%) — место работы. Это же относится и к уровню межстрановой мобильности: большая часть респондентов (59,6%) за последние три года ни разу не выезжала за пределы Беларуси, при чем выезд за границу с образовательными и рабочими целями распространен совсем мало. «Планируемая» трудовая и образовательная мобильность за пределы страны несколько выше: 5% планируют в ближайшие пять лет получить образование в другой стране, 11,5% — найти временную или постоянную работу, 7,6% — получить гражданство другой страны или уехать на постоянное место жительства. Межстрановая мобильность имеет четкую возрастную специфику, молодые люди и больше ездят за границу, и больше хотят уехать из страны навсегда.

5. Анализ уровня мобильности, в зависимости от интенсивности образа жизни («умеренный» и «активный»), показывает, что уровень территориальной, профессиональной и трудовой мобильности в этих группах сходный, а вот по уровню межстрановой мобильности — как фактической, так и планируемой — различия между группами существенны и не зависят от опосредующего фактора возраста. Во всех возрастных группах кластера «Активный образ жизни» показатели межстрановой мобильности выше, чем в соответствующих группах кластера «Умеренный образ жизни».

6. Анализ характеристик образа жизни в группах с разной восприимчивостью к инновациям показывает, что они отличаются и по наличию свободного времени (у респондентов с высокой восприимчивостью к инновациям гораздо меньше свободного времени), и по интенсивности перемещения людей по различным досуговым, культурным, образовательным, общественно-политическим местам и мероприятиям: доля респондентов, ведущих «активный образ жизни», в группе с высокой восприимчивостью к инновациям (ВВИ) почти в 5 раз выше, чем в группе с низкой восприимчивостью к инновациям (НВИ). По характеристикам территориальной, профессиональной и трудовой мобильности группы существенно не отличаются друг от друга, чего не скажешь о межстрановой мобильности, уровень которой в группе с ВВИ в 4 раза выше, чем в группе с НВИ.

Характеристики и факторы участия беларусов в общественно-политической жизни страны

В качестве характеристик участия в общественно-политической жизни мы рассмотрим ряд установок, представлений и оценок, а также фактическую, деятельностную вовлеченность в те или иные формы социальной и политической активности:

- **установки по отношению к социально-политическим трансформациям** — оценка пройденного за годы независимости Беларуси этапа, установки на трансформацию/консервацию ситуации в разных сферах, определение сфер, в которых трансформации необходимы;
- **политическое представительство** — наличие институтов и субъектов, которые, по мнению людей, представляют и защищают их интересы. Важно выяснить, кто, с точки зрения респондентов, представляет их интересы сейчас, а также видение того, кто вообще может это представительство осуществлять. Задача, которая здесь ставится, — оценить место и роль разных субъектов (в том числе организаций гражданского общества) в реальных или потенциальных отношениях политического представительства граждан и групп;
- **опыт участия в общественно-политической жизни**, где нас интересуют разные виды такого участия: от участия в различных формах солидарных действий до реализации собственных инициатив.

В качестве факторов, влияющих на степень и формы участия респондентов в общественно-политических процессах, мы будем рассматривать как традиционные характеристики, связанные с социально-демографической спецификой, так и сущностные для нас критерии, на которых сосредоточен фокус нашего внимания: восприимчивость к инновациям, структура групповых идентификаций, образ жизни.

Социально-политическая ситуация в стране: оценка пройденного этапа

За 25 лет независимого существования Беларуси жизнь в стране, по мнению респондентов, так или иначе изменилась; только 5% опрошенных считают, что практически никаких изменений за этот период не произошло. Вместе с тем, кардинальность и повсеместность этих изменений признает менее трети респондентов (30,8%), остальные считают, что либо изменения произошли во всех сферах, но не очень сильные (18%), либо изменения есть, но не везде (28,8%). Почти каждый пятый респондент (17,3%) не смог ответить определенно на этот вопрос (см. таблицу 61).

Из всех характеристик, которые мы выделили в качестве возможных факторов, влияющих на оценки и установки респондентов общественно-политической ситуации, некоторой влияние имеет только возраст, и то весьма ограниченное. Здесь выделяется группа респондентов от 16 до 24 лет, которые просто в силу своего возраста менее способны оценить изменения длинной во всю их жизнь, поэтому среди них значительно выше доля затруднившихся в ответе не этот вопрос (34,4%) и значительно ниже доля тех, кто считает изменения жизни в Беларуси после обретения независимости кардинальными (см. таблицу 62).

Таблица 61. Генерализованная оценка изменений, произошедших в стране с момента обретения независимости

Как Вы считаете, насколько сильно изменилась жизнь в Беларуси с тех пор, как она стала независимым государством (с 1991 года)?	Количество	Проценты
Кардинально изменилась во всех сферах	613	30,8
Изменилась во всех сферах, но не очень сильно	358	18,0
В каких-то сферах изменилась, в каких-то нет	572	28,8
Практически ничего не изменилось	99	5,0
Затрудняюсь ответить	343	17,3
Нет ответа	3	0,1

Таблица 62. Оценка изменений, произошедших в стране с момента обретения независимости в разных возрастных группах, %*

Как Вы считаете, насколько сильно изменилась жизнь в Беларуси с тех пор, как она стала независимым государством (с 1991 года)?	**Возраст**, лет			
	16-24	25-44	45-64	65+
Кардинально изменилась во всех сферах	20,9	31,7	33,5	35,5
Изменилась во всех сферах, но не очень сильно	19,7	17,7	18,4	17,4
В каких-то сферах изменилась, в каких-то нет	21,3	28,9	31,3	29,3
Практически ничего не изменилось	3,8	5,5	4,9	5,6
Затрудняюсь ответить	34,4	16,2	12,0	12,1

* Таблица читается по столбцу.

Остальные факторы как социально-демографического характера (пол, уровень образования, тип поселения, в котором проживают респонденты), так и интересующие нас сконструированные критерии восприимчивости к инновациям, структуры идентификаций и образа жизни не имеют существенной связи с оценкой изменений в стране с момента приобретения ею независимости.

В более скромной ретроспективе десяти лет (времени, когда в официальном дискурсе укрепился бренд «беларусской стабильности», а в оппозиционном — «беларусского болота»), по мнению жителей страны, самыми стабильным оставался как раз политический строй: 45% респондентов считают, что здесь ничего не изменилось. В оценке изменений политического строя минимальное число как позитивных, так и негативных оценок: только 9,8% считают, что что-то изменилось к лучшему, однако и ухудшения отмечает немногим большая доля респондентов — 13%. Остальные либо констатируют отсутствие изменений, либо вообще не берутся выносить суждение по этому поводу (наибольшее количество затруднившихся ответить наблюдается именно по этому пункту). Почти столь же «стабильным», по мнению респондентов, остается состояние беларусской культуры: 40,7% опрошенных не заметили никаких изменений за последние 10 лет;

правда, здесь больше позитивных оценок: каждый четвертый беларус (25,7%) считает, что в этой сфере есть изменения к лучшему.

Наибольшие же изменения к лучшему в этот период, по мнению беларусов, произошли в отношениях с другими странами, укреплении места Беларуси на международной арене. Здесь при наибольшем количестве положительных оценок (34,1%) наименьшее количество отрицательных (9,5%) (см. диаграмму 8).

Диаграмма 8. Оценка изменений в разных сферах за последние 10 лет, %



Очень близки между собой оценки изменений в экономике и в повседневной жизни людей: только 17,4% и 14,6% опрошенных, соответственно, считают, что в этих сферах что-то изменилось к лучшему, в то время как почти половина (47,1% и 49,3%, соответственно) отмечают негативные изменения. Еще одной «неблагополучной», с точки зрения изменения, за последнее десятилетие сферой является экология: только один из десяти беларусов считает, что здесь произошли позитивные сдвиги, в то время как 42,8% отмечают изменения к худшему.

Социально-демографические характеристики не оказывают большого влияния на оценку изменений жизни в разных сферах. В целом, можно отметить, что респонденты в активном возрасте (от 25 до 64 лет) настроены более критично, чем молодежь и старшая возрастная группа, особенно в оценках изменений в экономике и повседневной жизни людей, а также наличия изменений в политическом строе. Из образовательных групп самой «оптимистичной» является группа с неполным и общим средним образованием (эта связь коррелирует с возрастной, поскольку большая часть этой группы — либо учащиеся и студенты, либо пожилые люди). Практически нет разницы в оценках горожан и сельских жителей: горожане несколько более критично оценивают изменения в экономике и повседневной жизни, в

остальных же сферах (в том числе и в оценке изменения экологической ситуации) их оценки весьма близки.

Различия в группах с разной степенью восприимчивости к инновациям не носят системного характера, однако довольно специфичны. В группе с высокой восприимчивостью к инновациям, по сравнению с группой с низкой восприимчивостью к инновациям, гораздо критичнее оцениваются изменения в экономике, гораздо позитивнее — изменения в международном положении Беларуси. В то же время, среди респондентов этой группы значительно выше доля тех, кто констатирует отсутствие изменений в политической и культурной жизни страны[25].

Некоторой спецификой обладают и оценки носителей разных типов групповых идентичностей. Носители «восточнославянской» и «универсальной» идентичности более позитивно оценивают изменения во всех сферах жизни за последние 10 лет. Группа носителей идентичности, названной нами «локальной», отличается от других максимальной долей тех, кто констатирует неизменность политической жизни в стране и наиболее негативно оценивает изменения в повседневной жизни людей. Группа с «неопределенной» идентичностью отличается от других только большими долями затруднившихся ответить.

Респонденты, которые ведут более «активный образ жизни» отличаются более позитивными оценками всех произошедших за последние 10 лет изменений, но исключительно за счет уменьшения доли затруднившихся ответить.

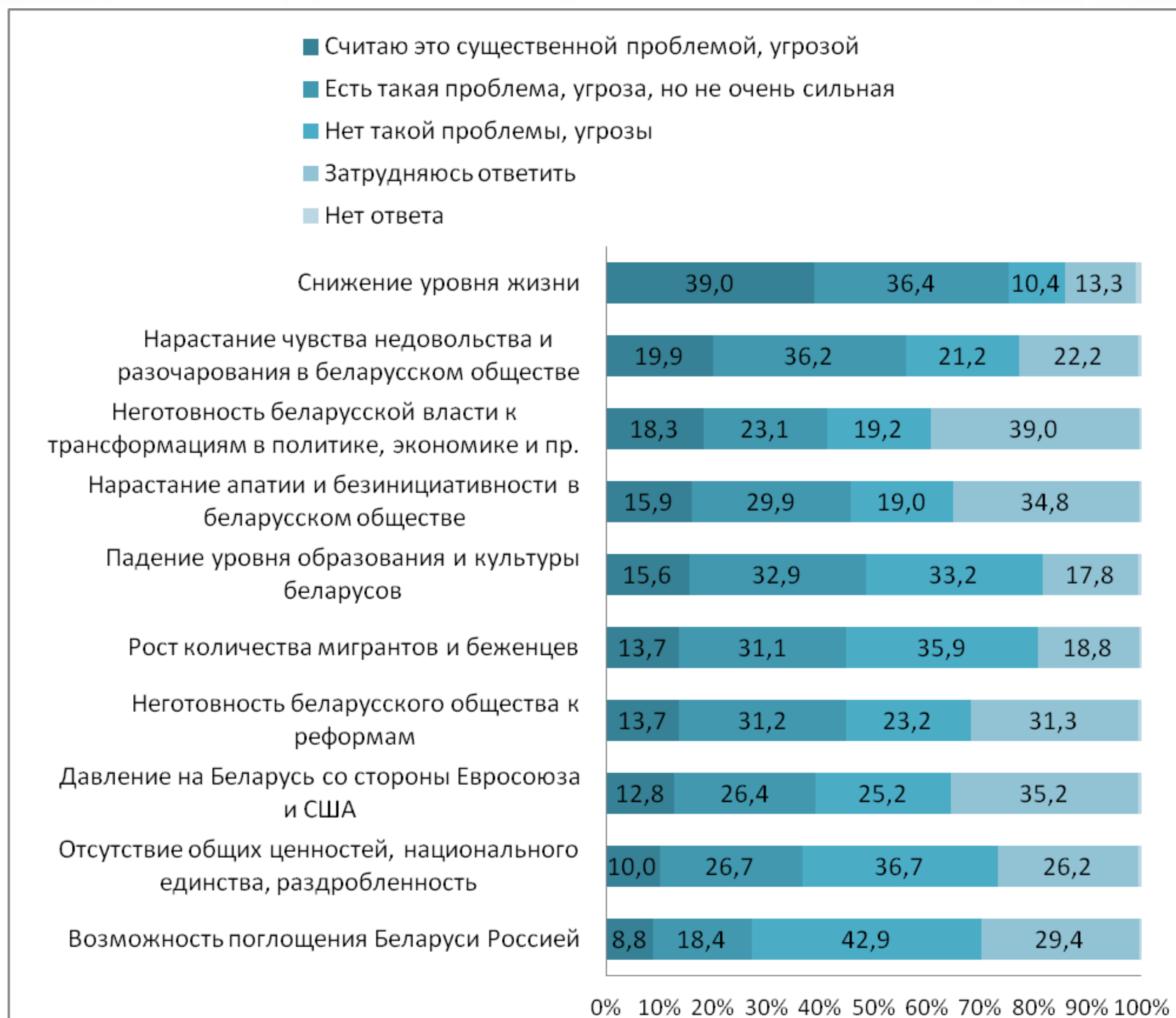
Оценка актуального положения дел и установки на трансформацию/консервацию ситуации

В списке проблем и угроз, которые актуальны для Беларуси на сегодняшний день, самой острой (с большим отрывом) беларусы считают проблему снижения уровня жизни: 39% назвали ее существенной и еще почти столько же (36,4%) признают наличие этой проблемы, хотя не считают ее очень сильной. Видимо, в связи с этой проблемой также в качестве актуальной воспринимается проблема нарастания чувства недовольства и разочарования в беларусском обществе (см. диаграмму 9).

Проблемы и вызовы, связанные с внешним контекстом, оказались на периферии общественного сознания, угроза беларусской независимости со стороны России находится в самом «хвосте» рейтинга проблем, точно так же беларусы не считают существенной проблемой отсутствие общих ценностей и национального единства в стране. Более серьезной проблемой, по оценкам респондентов, является давление на Беларусь со стороны ЕС и США, хотя и эта угроза далека от «топа» самых актуальных.

[25] Здесь и далее учитываются только различия между группами, которые достигают 10%.

Диаграмма 9. Оценка актуальных для Беларуси проблем и угроз, %



Как мы видим, уровень благосостояния, экономическая проблематика остаются наиболее актуализированными в массовом сознании. Самый эффективный, с точки зрения беларусов, способ решения экономических проблем — развивать экономические отношения с Россией. Однако надо отметить, что это представление распространено далеко не так массово, как можно было ожидать, его в качестве способа выхода из экономического кризиса назвали чуть менее половины респондентов (47,5%). Вторым по популярности стал вариант, связанный с созданием условий для развития бизнеса и предпринимательства (его предлагают 39,1%), далее с небольшим отрывом следует необходимость развивать экономические отношения с ЕС (35,9%). За развитие экономических отношений и с Россией, и с ЕС одновременно выступают чуть больше четверти беларусов (27,4%) (см. таблицу 63).

Таблица 63. Представления респондентов о необходимых мерах для выхода из экономического кризиса

По Вашему мнению, какие шаги Беларусь должна делать в течение следующего года, чтобы начать выходить из экономического кризиса?	Количество	Проценты
Развивать экономические отношения с Россией	945	47,5
Создавать действенные условия для развития малого бизнеса и предпринимательства	778	39,1
Развивать экономические отношения с ЕС	714	35,9
Увеличить размер пособий, льгот, пенсий	609	30,7
Обеспечить поддержку государственных предприятий, которые находятся в трудном положении	573	28,8
Ослабить государственное регулирование в экономике	238	12,0
Усилить государственное регулирование в экономике	228	11,5
Вернуться к жесткому регулированию курса национальной валюты	171	8,6
Я не считаю, что Беларусь находится в ситуации кризиса	65	3,3
Иное	8	0,4
Затрудняюсь ответить	343	17,2
Нет ответа	4	0,2

Баланс сторонников мер для выхода из экономического кризиса, заимствованных из арсенала плановой и рыночной экономики, почти равный. Так, 12% опрошенных выступают за ослабление государственного регулирования в экономике и практически столько же (11,5%) — за его усиление; 39,1% — за создание условий для ведения и развития бизнеса и предпринимательства и немногим меньше (30,7%) — за увеличение размера пособий, льгот, пенсий, почти столько же (28,8%) — за поддержку убыточных государственных предприятий.

При этом меры, взятые из разных экономических моделей, иногда сосуществуют не только в масштабах общества, но и в отдельно взятых умах. Так, респондентов, которые одновременно выступают за развитие условий для бизнеса и за поддержку убыточных предприятий, оказалось 14,3% (это половина из сторонников данного варианта); тех, кто одновременно считает необходимым одновременно обеспечивать поддержку убыточным государственным предприятиям и ослабить государственное регулирование в экономике, — 2,6%; выступающих за ослабление государственного регулирования и одновременно за возвращение жесткого регулирования курса национальной валюты — 1,0%.

Представления о путях выхода из кризиса дают нам представление об ориентациях респондентов на тот или иной тип экономики и государственного управления. Анализ данных показывает, что эти предпочтения имеют довольно четкую возрастную специфику: с увеличением возраста респондентов растет уровень поддержки таких мер, как увеличение размера пособий, льгот, пенсий (с 20,3% — в младшей возрастной группе от 16 до 24 лет до 48,6% — в группе 65 лет и старше), и, наоборот, падает поддержка таких мер, как развитие экономических отношений с ЕС (с 43,1% до 23,1%, соответственно), создание условий для

развития бизнеса (с 41,9% до 22,4%, соответственно), ослабление государственного регулирования в экономике (с 15,3% до 1,9%, соответственно). При этом уровень поддержки таких способов преодоления кризиса, как укрепление отношений с Россией, поддержка убыточных предприятий, усиление государственного регулирования в экономике и жесткое регулирование курса национальной валюты не зависит от возраста.

С повышением уровня образования растет поддержка укрепления отношений с ЕС (от 18,1% — в группе с начальным и неполным средним образованием до 44,7% — в группе с высшим образованием) и с Россией (от 38,6% до 52,9%, соответственно), создания условий для развития бизнеса (от 15,7% до 53,8%, соответственно) и ослабления государственного регулирования в экономике (от 3,6% до 21,3%, соответственно), падает поддержка такой меры, как введение пособий и льгот (от 47% до 26,1%, соответственно). Горожане по сравнению с сельскими жителями более склонны поддерживать развитие бизнеса (43,2% против 27,8%) и ослабление государственного регулирования (14,1% против 6,6%).

Примечательно, что если поддержка трансформаций в экономике, которые имеют скорее рыночный характер, имеет довольно четкую связь с социально-демографическими характеристиками, то шаги и меры, которые являются проявлением приверженности к плановой экономике (поддержка убыточных предприятий, государственное регулирование экономики в целом или курса валюты), вне зависимости от распространенности, почти не зависят от них.

Эта закономерность сохраняется и при анализе различий между группами, выделенными по степени восприимчивости к инновациям. В группе с высокой восприимчивостью к инновациям уровень поддержки всех рыночных мер значительно выше, так же как и поддержка развития экономических отношений с Россией и с ЕС. А вот по всем шагам в логике плановой экономике разницы в уровне поддержки между двумя группами практически нет (см. диаграмму 10).

Наконец, еще одной характеристикой установок на трансформацию или консервацию ситуации, выступает общая, генерализованная ориентация на сохранение или изменение дел в стране. Доля респондентов, которые считают для себя лично более важным изменение нынешнего положения, почти в два раза выше тех, кто предпочитает сохранение статус-кво (44,2% против 23,2%). Высокая доля затруднившихся ответить (31,3%) традиционна для такого типа вопросов (см. таблицу 64).

Доля склонных к переменам выше в возрастных группах 16-24 лет и 25-45 лет и растет с повышением уровня образования (см. диаграммы 11 и 12).

Городское население также не опровергает никаких традиционных социальных закономерностей и отличается меньшей степенью консервативности, чем сельское (см. диаграмму 13).

Однако наибольшие различия выявлены по критерию восприимчивости к инновациям (*V*-коэффициент Крамера = 0,237). Более половины группы с высокой восприимчивостью к инновациям настроена на трансформацию ситуации, в то время как в группе с низкой восприимчивостью таковых менее трети (см. таблицу 65).

Сторонников изменения нынешнего положения также больше в группах с «универсальной» (53,7%) и «восточнославянской» (47,9%) идентичностью (см. таблицу 66).

Диаграмма 10. Поддержка мер по преодолению экономического кризиса в группах с разной восприимчивостью к инновациям, %

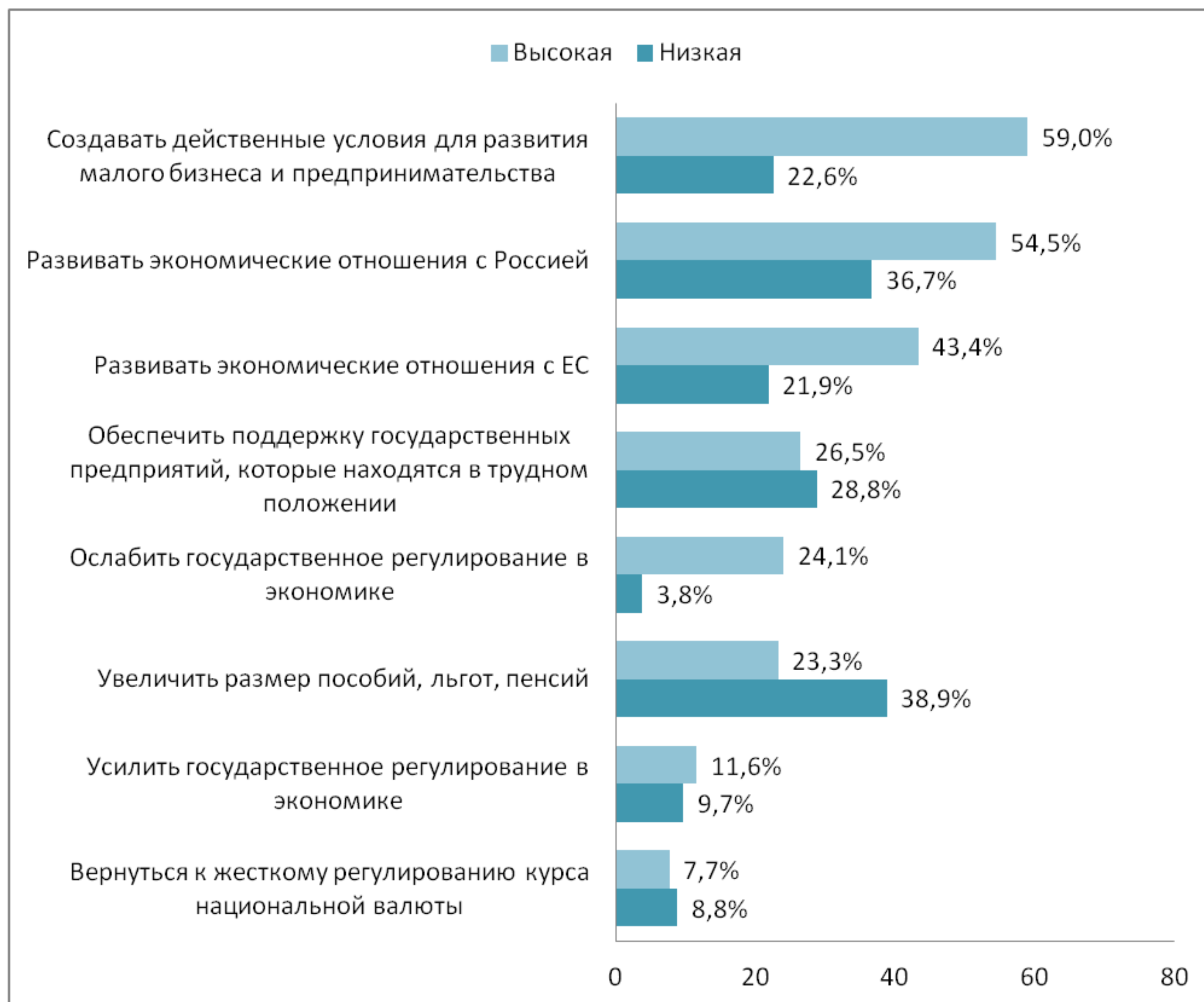


Таблица 64. Установки на консервацию или изменение ситуации в стране

Что для Вас сегодня важнее: сохранение нынешнего положения в стране или его изменение?	Количество	Проценты
Важнее сохранение нынешнего положения	461	23,2
Важнее изменение нынешнего положения	879	44,2
Затрудняюсь ответить	623	31,3
Нет ответа	25	1,3



Диаграмма 11. Установки на консервацию или изменение ситуации в стране в возрастных группах, %



Диаграмма 12. Установки на консервацию или изменение ситуации в стране исходя из уровня образования, %

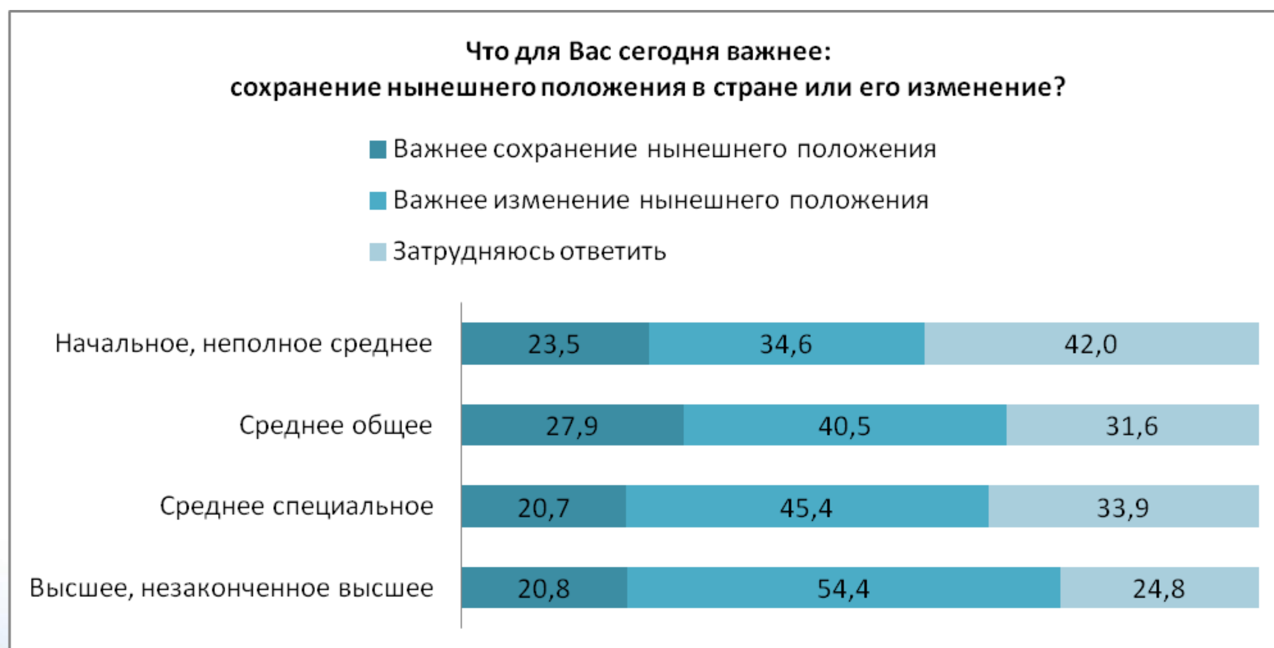


Диаграмма 13. Установки на консервацию или изменение ситуации в стране среди городских и сельских жителей, %

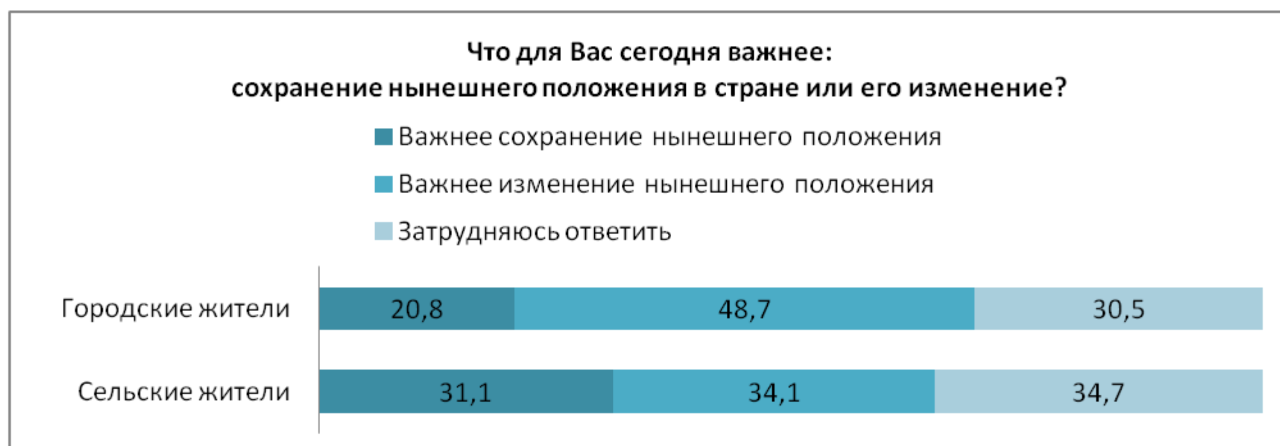


Таблица 65. Установки на консервацию или изменение ситуации в стране среди респондентов с разной степенью восприимчивости к инновациям, %*

Что для Вас сегодня важнее: сохранение нынешнего положения в стране или его изменение?	Восприимчивость к инновациям	
	Низкая	Высокая
Важнее сохранение нынешнего положения	27,9	19,0
Важнее изменение нынешнего положения	30,1	53,6
Затрудняюсь ответить	42,0	27,3
Всего	100,0	100,0

* Таблица читается по столбцу.

Таблица 66. Установки на консервацию или изменение ситуации в стране в группах с разным типом идентификаций, %*

Что для Вас сегодня важнее: сохранение нынешнего положения в стране или его изменение?	Структура групповых идентификаций			
	Неопределенная	Локальная	Восточнославянская	Универсальная
Важнее сохранение нынешнего положения	20,8	28,9	21,0	23,0
Важнее изменение нынешнего положения	37,3	38,5	**47,9**	**53,7**
Затрудняюсь ответить	41,9	32,6	31,1	23,4

* Таблица читается по столбцу.

Политическое представительство

Цель данного подраздела — описать структуру взглядов беларусов на то, кто представляет их интересы на политическом уровне, какие структуры и институты являются выразителями их мнения и защитниками их интересов. Данные многочисленных исследований говорят о господстве в беларусском обществе установки на то, что отдельный человек ни на что не может повлиять, от него ничего не зависит, даже на местном уровне, не говоря уж о страновом[26]. Однако на вопрос «Кто на национальном уровне представляет ваши интересы?» только 15,6% респондентов ответили определенно: «Никто». Правда, еще довольно значительная часть (27,6%) затруднилась ответить на этот вопрос, что, в принципе, тоже можно приравнять к «Никто» (если мы рассматриваем это в логике какого бы то ни было делегирования полномочий). Однако большая часть беларусских граждан опознает в действиях тех или иных институтов и структур представительство своих интересов. Лидером в этом вопросе, безусловно, является президент страны, его в качестве представителя своих интересов видит почти треть беларусского населения (32,6%). На втором и третьем месте — депутаты местных советов (17,5%) и с небольшим отрывом — депутаты Национального собрания (13,3%). СМИ, общественные организации, лидеры мнений имеют сходный рейтинг, колеблющийся в районе 7-8%, в конце списка «политических представителей» оказались политические партии (см. таблицу 67).

Таблица 67. Представления респондентов о том, кто представляет их интересы на национальном уровне

Как Вы считаете, кто на национальном уровне представляет Ваши интересы и интересы таких людей, как Вы?	Количество	Проценты
Президент страны	647	32,6
Депутаты местных советов	349	17,5
Депутаты Национального собрания	265	13,3
Средства массовой информации, журналисты	166	8,4
Общественные организации	151	7,6
Отдельные люди, лидеры мнений	134	6,7
Политические партии	79	4,0
Кто-то еще	6	0,3
Никто	310	15,6
Затрудняюсь ответить	548	27,6
Нет ответа	5	0,2

[26] Так, по данным опроса, проведенного группой компаний «САТИО» в июне 2016 года по инициативе Международной некоммерческой организации *Pact*, 99% беларусов считают, что не могут повлиять на государственную политику и решения органов власти как на местном, так и на национальном уровне (См.: **Белорусское общество: тест на гражданственность** // *Pact*. — Февраль, 2017: http://www.pactworld.org/sites/default/files/Belarus_Civic_Literacy_Test_Memo_RU_final_.pdf).

Еще одна характеристика, позволяющая скорректировать представление о политическом представительстве, — уровень доверия тем или иным общностям и институциям. Опять же, беларусское общество считается обществом с критически низким уровнем доверия — особенно институционального[27]. Косвенным подтверждением этому служит тот факт, что в случае нарушения своих прав (гражданских или политических) только половина респондентов (51%) готова обращаться в правоохранительные органы соответствующего уровня и почти столько же (46,1%) обратятся скорее к близкому кругу, семье, друзьям и т.д. Доля готовых доверить защиту своих прав СМИ сопоставима с долей тех, кто считает, что СМИ представляют их интересы на общенациональном уровне (см. таблицу 68).

Таблица 68. Уровень доверия общностям и институциям в ситуации нарушения гражданских или политических прав

Если бы Вы столкнулись с нарушением Ваших гражданских или политических прав, то к кому бы Вы обратились за помощью и защитой в первую очередь?	**Количество**	**Проценты**
Правоохранительные органы (милиция, суд, прокуратура)	1014	51,0
Близкий круг (семья, друзья, коллеги, община)	916	46,1
Правозащитные и иные общественные организации	194	9,8
Органы местной или центральной власти	175	8,8
СМИ, Интернет	133	6,7
Нет ответа	9	0,4
Куда-то еще	4	0,2
Затрудняюсь ответить	328	16,5

Наш особый интерес в этом вопросе состоит в восприятии и уровне доверия к общественным организациям. Довольно незначительная доля опрошенных (7,6%) считают, что общественные организации представляют их интересы на национальном уровне. Почти каждый десятый беларус (9,8%) отмечает готовность в ситуации нарушения своих прав обратиться к помощи правозащитных и иных общественных организаций. По данным исследования потенциала солидарности, проведенного в 2015 году, доля таковых составляла в 2,5 раза больше[28]. Вряд ли мы здесь имеем дело с падением уровня реального доверия к организациям гражданского общества (ОГО), скорее — со слабой различимостью и невысокой значимостью темы общественных организаций для жителей Беларуси.

Проиллюстрируем этот тезис на примере анализа известности некоторых ОГО среди беларусского населения.

---

[27] См.: **Потенциал солидарности в беларусском обществе. Отчет по результатам исследования** / ЦЕТ, *BISS* // Центр европейской трансформации. — 18.12.2015: http://cet.eurobelarus.info/files/userfiles/5/CET/2015_Solidarity-National-Belarus-RU.pdf.

[28] Там же.

Известность конкретных субъектов в обществе, безусловно, определяет социальный капитал и потенциал влияния этих субъектов, возможности осуществления своих программ и действий, хотя и не является единственным и даже решающим ресурсом. В беларусской ситуации, когда независимые ОГО маргинализированы, имеют ограниченный доступ к каналам трансляции и коммуникации, а также клеймо «пятой колонны», рассчитывать на широкую известность конкретных организаций довольно трудно. Тем не менее, мы решили попробовать измерить уровень известности ряда организаций и гражданских инициатив. В список организаций были включены несколько наиболее крупных НГО «со стажем» (РПОО «Белорусский Хельсинский комитет», ОО «Белорусская ассоциация журналистов», Асамблея НДА Беларусі, Правозащитный центр «Вясна», Товарищество «Зеленая сеть», Международный консорциум «ЕвроБеларусь»), интеллектуальные инициативы и инициативы в области образования (Летучий университет, Беларускі калегіюм) и несколько более молодых, но интенсивно развивающихся инициатив (Общественный Болонский комитет, ППУ «Офис по правам людей с инвалидностью», «Мова Нанова», «Будзьма беларусамі!», *Talaka.by*).

Результаты опроса оказались довольно предсказуемы: о самой известной из оцененных организаций — Белорусской ассоциации журналистов — знают менее трети беларусского населения, причем «кто это и чем они занимаются» знает только малая часть (5,7%), остальные 23,4% знают о ее существовании только по названию. Известность правозащитных, экологических и интеллектуальных инициатив находится примерно на одном уровне. Пожалуй, мы ожидали большего уровня известности широких гражданских инициатив типа «Будзьма беларусамі!» и «Мова Нанова», но и их уровень известности оказался на общем весьма низком уровне (см. таблицу 69).

Мало того, не последние места в рейтинге, если бы мы захотели его составить, занимают несуществующие в реальности и выдуманные нами исключительно для данного исследования организации: «Платформа креативных идей» (кто это и чем занимаются, знают 2,2% опрошенных и еще 12,4% «слышали название») и «Экологический путь» (2,1% и 10,9%, соответственно). Это свидетельствует о том, что даже в полученных рейтингах мы не можем быть уверены, поскольку вполне возможно, что люди при ответе на вопрос реагировали на красивые слова или ложные воспоминания, или отмечали организации на автомате, не задумываясь.

Вопросы-ловушки (названия несуществующих организаций) были поставлены нами в анкету для повышения адекватности интерпретации полученных результатов. Методический прием в данном случае заключается в том, чтобы исключить из анализа респондентов, ответивших, что они знают о деятельности несуществующих организаций, повысив тем самым «уровень компетентности» выборки. Безусловно, это не означает, что это обеспечивает полную адекватность оценок оставшихся респондентов, но иного способа коррекции мы не нашли.

Итак, подвыборка «компетентных респондентов», т.е. не попавшихся в нашу «ловушку», составляет 1588 респондентов (т.е. 79,9% от всей выборки). Распределение ответов в этой подвыборке показывает, что знание организаций, которые были предложены для оценки, колеблется в пределах ошибки выборки, которую (и то всего чуть-чуть) преодолела только Белорусская ассоциация журналистов (см. таблицу 70).

Таблица 69. Уровень известности организаций и инициатив гражданского общества среди беларусского населения, %*

Название организации	**Да, знаю, кто это и чем они занимаются**	**Слышал название, но ничего не знаю об их деятельности**	**В первый раз слышу о них**
Альтернативная молодежная платформа	4,0	18,8	77,2
Асамблея НДА	1,9	13,6	84,5
Беларусская национальная платформа Форума гражданского общества	2,4	13,8	83,8
Белорусская ассоциация журналистов (БАЖ)	5,7	23,4	70,9
Белорусский Хельсинский комитет (БХК)	2,7	13,4	83,9
Беларускі калегіюм	3,6	13,6	82,8
Будзьма беларусамі!	2,5	12,8	84,7
Зеленая сеть	2,3	12,0	85,7
Летучий университет	1,4	7,7	90,9
Международный консорциум «ЕвроБеларусь»	2,4	10,8	86,9
Мова Нанова	3,3	10,5	86,2
Общественный Болонский комитет	3,4	13,4	83,2
Офис по правам людей с инвалидностью	6,2	17,2	76,6
Платформа креативных идей	2,2	12,4	85,4
Правозащитный центр «Вясна»	2,8	9,3	87,9
Talaka.by	4,7	17,9	77,4
Экологический путь	2,1	10,9	87,0

* В таблице указан процент от ответивших на данный вопрос. Поскольку процент неответивших по разным организациям не превышает 0,3%, это распределение практически идентично распределению ответов по выборке в целом. Таблица читается по строке.

Таблица 70. Уровень известности организаций и инициатив гражданского общества среди «компетентных» респондентов, %*

Название организации	Да, знаю, кто это и чем они занимаются	Слышал название, но ничего не знаю об их деятельности	В первый раз слышу о них
Альтернативная молодежная платформа	2,0	10,5	87,6
Асамблея НДА	1,0	8,1	90,9
Беларусская национальная платформа Форума гражданского общества	0,9	8,3	90,7
Белорусская ассоциация журналистов (БАЖ)	2,8	15,4	81,8
Белорусский Хельсинский комитет (БХК)	1,5	8,1	90,4
Беларускі калегіюм	1,1	7,8	91,1
Будзьма беларусамі!	0,6	7,6	91,8
Зеленая сеть	0,6	5,0	94,4
Летучий университет	0,4	2,2	97,4
Международный консорциум «ЕвроБеларусь»	0,8	4,2	95,0
Мова Нанова	1,4	4,9	93,7
Общественный Болонский комитет	1,2	6,5	92,3
Офис по правам людей с инвалидностью	2,2	9,4	88,4
Правозащитный центр «Вясна»	1,1	2,1	96,8
Talaka.by	1,9	10,5	87,6

* Таблица читается по строке.

Вывод прост и неутешителен: даже не подавляющее, а абсолютное большинство беларусских граждан ничего не знают о деятельности независимых НГО и гражданских инициатив, и этот уровень знания (а вернее, незнания) практически не зависит ни от продолжительности деятельности, ни от характера организации, ни от сферы ее деятельности.

Однако, кроме вывода об уровне известности конкретных организаций, для нас важна еще и констатация того, что когда мы имеем дело с данными об уровне доверия общественным организациям, доле людей, которые считают, что общественные организации представляют их интересы и т.п., мы вряд ли можем отнести эти данные «к себе», к кругу тех организаций, которые мы считаем «настоящим» «третьим сектором» в Беларуси. Исследование, проведенное Центром европейской трансформации в 2012 году,

посвященное восприятию темы прав человека в беларусском обществе[29], показало, что мы имеем широко распространенное отсутствие элементарной грамотности на уровне базовых представлений (когда, например, правозащитную деятельность путают с деятельностью правоохранительных органов или адвокатуры). Приходится признать, что под общественными организациями на уровне массовых представлений беларусы также понимают что-то неизвестное нам, но очевидно имеющее не очень прямое отношение к тому кластеру организаций и инициатив, которые имеем в виду мы, говоря об общественных организациях.

Еще один значимый параметр, который можно рассматривать как влияющий на потенциал поддержки беларусами тех или иных инициатив и программ организаций гражданского общества, — актуальность тех или иных тем, которые являются значимыми для процессов трансформаций (для сравнения респондентам также было предложено несколько общих тем, имеющих отношение к инновационной сфере).

В рейтинге тем, заданных для оценки, в «топ-5» по степени интереса попали: «медицинские открытия, ведущие к увеличению продолжительности жизни» (в той или иной степени этой темой интересуются 79,3% респондентов), «новые способы профилактики и лечения онкологических заболеваний» (72,6%), «история Беларуси, сохранение исторического и культурного наследия» (71,2%), «изменение климата» (68%), «компьютеризация, развитие сети Интернет» (63,7%). На периферии массового интереса находятся: гендерная проблематика (тема равенства прав мужчин и женщин интересует в той или иной степени только 41,2% респондентов, и ровно столько же — «совсем не интересует»; отметим, что это самый высокий «негативный рейтинг» в данном вопросе), такая довольно специфичная тема, как формирование беларусской идентичности (тем не менее, 37% проявляют к ней некий интерес), изменения в системе образования в связи с Болонским процессом (24,8%). Отметим, что Болонский процесс для половины беларусов — абсолютная *terra incognita*: 52,8% опрошенных ничего о нем не слышали (см. диаграмму 14).

Среди респондентов с высокой восприимчивостью к инновациям интерес ко всем предложенным темам выражен сильнее, однако наиболее сильные различия фиксируются по темам, вязанным с компьютеризацией и интернетом (*V*-коэффициент Крамера = 0,611), использованием альтернативных источников энергии (0,444), Болонским процессом (0,384) и формированием беларусской идентичности (0,354). Сходная, но более слабая связь наблюдается и с критерием активности образа жизни. Причем эти различия практически не опосредованы социально-демографическими характеристиками, единственная существенная зависимость выявлена между возрастом и интересом к теме компьютеризации (коэффициент *Тау-b* Кендалла = 0,367), интерес к остальным темам не имеет выраженной возрастной или образовательной специфики.

[29] См.: **Представления беларусов о правах человека и правозащитной деятельности** / *О. Шелест, А. Егоров* // Центр европейской трансформации. — 10.09.2012: https://cet.eurobelarus.info/files/File/2012_HR-research_RU.pdf.



Диаграмма 14. Уровень интереса к различным темам, %



Опыт участия в общественно-политической жизни

Последняя характеристика, с которой мы будем иметь дело в данном разделе, — опыт участия в общественно-политической жизни, т.е. формы и интенсивность такого участия: от участия в разных формах солидарных действий до реализации собственных индивидуальных инициатив.

Традиционно главным проявлением гражданской активности в демократических странах считается участие в выборах различных уровней. Несмотря на широко известные особенности выборов в Беларуси, а также распределение реальной власти между различными ветвями, для большинства беларусов участие в выборах также является основной (и часто единственной) формой политического участия.

Что касается иных форм участия в общественно-политической жизни, то вовлеченность беларусов в их реализацию остается на довольно низком уровне. Мы уже немного касались этой темы при анализе топики

«мест», которым беларусы отдают свое свободное время, косвенным образом характеризуя участие в деятельности политических партий и общественных организаций. Мы помним, что при анализе характеристик «каждого дня беларуса» (КДБ) такие «места», как собрание общественной организации, товарищества собственников и партийные собрания оказались в арьергарде мест и мероприятий, которые посещают респонденты (см. таблицу 71).

Таблица 71. Интенсивность участия в жизни общественных организаций и партий, %*

Места	Чаще одного раза в неделю	Один раз в неделю	1-3 раз в месяц	1-2 раза в квартал	1-3 раза в год	Реже одного раза в год	Был(-а) только однажды	Никогда
Собрание общественной организации, товарищества собственников и т.п.	0,7	0,6	0,9	1,6	4,1	7,9	9,7	74,5
Партийное собрание	0,1	0,3	0,7	0,4	0,9	3,2	4,4	90,0

* Таблица читается по строкам.

Подтверждает эти данные и то, что при ретроспективном описании своего опыта, только 6,6% респондентов отметили, что им хотя бы когда-либо в жизни приходилось работать в общественных организациях, 5% имеют опыт участия в деятельности неформальных сообществ и инициатив, считанные единицы (1%) отметили, что им приходилось в жизни создавать общественные организации или начинать собственные проекты в общественной, политической или культурной сфере.

Таким образом, «прослойка» беларусов, имеющих опыт участия в общественно-политической жизни страны более разнообразный, чем традиционное участие в выборах, в целом очень тонка.

Из всех видов солидарных действий, которые объединяют добровольную активность граждан для достижения общественно значимых целей, только участие в акциях по сбору гуманитарной помощи или пожертвований распространено более-менее широко: почти половина беларусов хотя бы раз в жизни принимали участие в подобного рода акциях. Что касается таких форм самоорганизации, как подписи под коллективными обращениями, петициями, участие в культурных, экологических или иных общественных акциях и инициативах, публичные выступления в поддержку кого-либо или чего-либо, участие в акциях протеста, уличных акциях, то более двух третей респондентов не имеет такого опыта в принципе (см. таблицу 72).

Таблица 72. Опыт участия в солидарных действиях, %*

Имеете ли Вы личный опыт участия в акциях солидарности или действиях в поддержку?	**Участвую регулярно**	**Участвую время от времени**	**Участвовал(-а) 1 или 2 раза**	**Не имею такого опыта**	**Нет ответа**
Участие в субботниках, организуемых местной или центральной властью	26,2	31,6	24,9	17,0	0,2
Участие в акциях по сбору пожертвований или гуманитарной помощи	10,0	16,6	20,7	52,4	0,2
Подписи под коллективными обращениями, петициями	4,6	6,1	15,2	73,9	0,3
Участие в культурных, экологических или иных общественных акциях и инициативах	2,9	5,3	10,3	81,1	0,4
Публичные выступления в поддержку кого-либо или чего-либо	1,5	1,6	3,5	93,1	0,3
Участие в акциях протеста, уличных акциях	1,0	1,0	1,7	95,8	0,5

* Таблица читается по строкам.

Характеристики участия беларусов в солидарных действиях достаточно подробно рассматривались в прошлом нашем исследовании[30], отметим, что, несмотря на некоторую разницу в долях респондентов, которые отметили, что имеют опыт участия в тех или иных формах активности, данное исследование в целом повторяет сделанные выводы. Так, обобщение данных исследования с помощью кластерного анализа[31] приводит к выделению все тех же двух типологических групп, которые мы назвали: «Периодически участвующими в солидарных действиях» (в эту группу попали 20,5%) и «Спорадически участвующими в солидарных действиях» (79,5%). В исследовании 2015 года соотношение численности этих групп было сходным: 23,3% против 76,4%.

Отличительной чертой первой группы является то, что по двум-трем более-менее распространенным формам совместных действий значительная часть этой группы имеет опыт или регулярного, или хотя бы периодического участия (см. диаграмму 15).

---

[30] См.: **Потенциал солидарности в беларусском обществе. Отчет по результатам исследования** / ЦЕТ, *BISS* // Центр европейской трансформации. — 18.12.2015: http://cet.eurobelarus.info/files/userfiles/5/CET/2015_Solidarity-National-Belarus-RU.pdf.

[31] В кластерном анализе участвовали 1973 анкеты, 15 анкет были исключены в связи с пропущенными ответами на некоторые из вопросов.

Диаграмма 15. Популярность форм совместных действий у группы «Периодически участвующие в солидарных действиях», %



Представители второй группы имеют очень малый опыт участия в любых формах самоорганизованных действий (см. диаграмму 16).

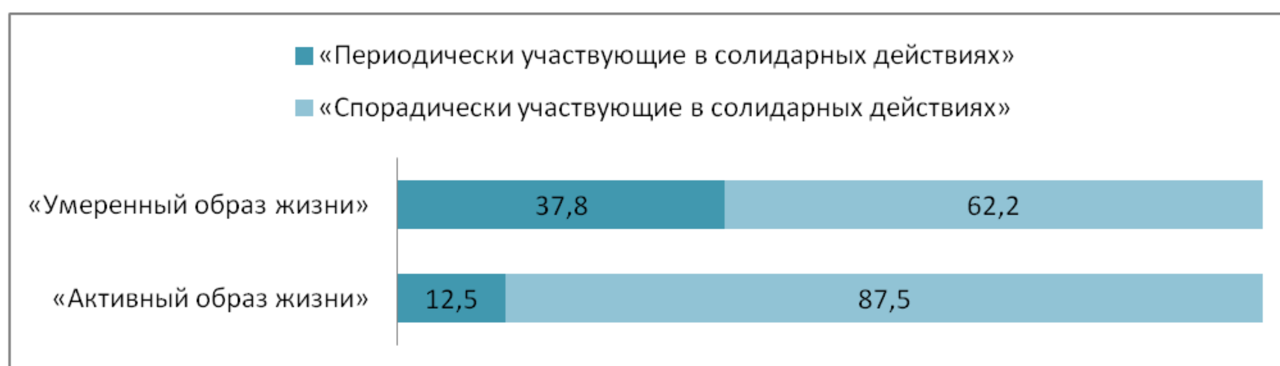
Диаграмма 16. Популярность форм совместных действий у группы «Спорадически участвующие в солидарных действиях», %



В данном исследовании нас интересовали не столько количественные характеристики этих групп, сколько связь опыта участия в солидарных действиях с интересующими нас факторами восприимчивости к инновациям, самоидентификации и образа жизни. Анализ данных показывает наличие связи всех перечисленных критериев с интенсивностью участия респондентов в солидарных действиях, хотя и разной силы.

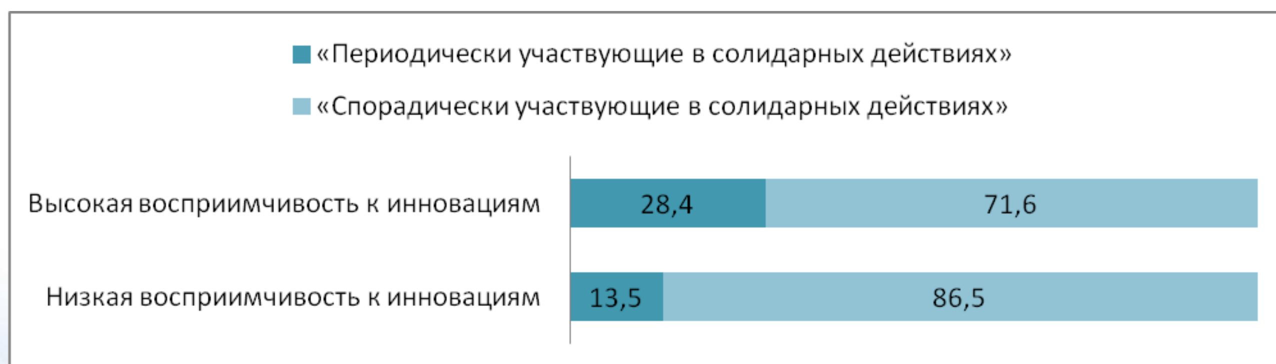
Наиболее тесно опыт участия связан с характеристиками образа жизни (*V*-коэффициент Крамера = 0,289). Общая «активность» образа жизни конвертируется в том числе и в различные формы совместных действий, в результате среди респондентов, ведущих, по нашей классификации, «активный образ жизни», доля «периодически участвующих в солидарных действиях» в три раза выше, чем среди тех, кто ведет «умеренный образ жизни» (см. диаграмму 17).

Диаграмма 17. Участие в солидарных действиях респондентов, ведущих разный образ жизни, %



Не такая сильная (однако тоже значимая) связь существует между общественной активностью и восприимчивостью к инновациям. Доля «периодически участвующих в солидарных действиях» среди респондентов с высокой восприимчивостью к инновациям более чем в два раза выше, по сравнению с группой с низкой восприимчивостью к инновациям (см. диаграмму 18).

Диаграмма 18. Участие в солидарных действиях респондентов с разной восприимчивостью к инновациям, %



Среди респондентов с разным типом групповых идентификаций самую высокую интенсивность участия в солидарных действиях демонстрируют респонденты с «универсальным» типом идентификации (25,9% респондентов этой группы попали в кластер «периодически участвующих в солидарных действиях»), самую низкую — с «локальным» типом идентификации (аналогичный показатель составил всего 13,7%).

Обобщения и выводы

1. Беларусы очень по-разному оценивают изменения, произошедшие с момента обретения Беларусью независимости. Около трети (30,8%) считают, что за это время в стране произошли кардинальные изменения во всех сферах, небольшая часть (5%) фиксирует отсутствие изменений, остальные придерживаются мнения, что либо изменения произошли во всех сферах, но не очень сильные (18%), либо изменения есть, но не везде (28,8%). В более скромной десятилетней ретроспективе, по мнению жителей страны, самыми стабильными сферами являются политический строй и состояние беларусской культуры. В лучшую сторону в этот период, по мнению беларусов, изменились отношения с другими странами, место Беларуси на международной арене. Почти половина респондентов отмечают негативные изменения и в экономике, и в повседневной жизни людей (47,1% и 49,3%, соответственно). Еще одной «неблагополучной», с точки зрения изменения, за последнее десятилетие сферой является экология.

2. Взятая в самом общем виде, в беларусском обществе на данный момент преобладает установка на изменение ситуации. Доля респондентов, которые считают для себя лично более важным изменение нынешнего положения, почти в два раза выше доли тех, кто предпочитает сохранение статус-кво (44,2% против 23,2%). Доля склонных к переменам выше в возрастных группах 16-24 лет и 25-45 лет, и она увеличивается с повышением уровня образования.

3. Уже оценка позитивных и негативных изменений за последние десять лет показывает, что уровень благосостояния, экономическая проблематика остаются наиболее актуализированными в массовом сознании. В списке проблем и угроз, которые актуальны для Беларуси на сегодняшний день, наиболее острой, по мнению респондентов, является проблема снижения уровня жизни. Видимо, в связи с этой проблемой также в качестве актуальной воспринимается проблема нарастания чувства недовольства и разочарования в беларусском обществе: ее наличие фиксируют более половины опрошенных (56,1%). Проблемы и вызовы, связанные с внешним контекстом, оказались на периферии общественного сознания, угроза беларусской независимости со стороны России, так же как и давление со стороны США и ЕС, находится в «хвосте» рейтинга проблем, точно так же беларусы не считают существенной проблемой отсутствие общих ценностей и национального единства в стране.

4. Наряду с падением уровня благосостояния, значительная часть респондентов отмечает в качестве проблемы и неготовность к реформам как беларусских властей (41,4%), так и общества в целом (44,9%). При этом доли сторонников плановых мер и сторонников рыночных механизмов, способных

вывести Беларусь из экономического кризиса, почти равны. 12% опрошенных выступают за ослабление государственного регулирования в экономике и практически столько же (11,5%) — за его усиление, 39,1% — за создание условий для ведения и развития бизнеса и предпринимательства, немногим меньше (30,7%) — за увеличение размера пособий, льгот, пенсий, почти столько же (28,8%) — за поддержку убыточных государственных предприятий. Экономические отношения с Россией сохраняют свое доминирующее значение в представлениях беларусов об экономическом развитии, однако надо отметить, что в этом вопросе нет единодушия: в качестве способа выхода из экономического кризиса развитие отношений с Россией назвали менее половины респондентов (47,5%), установка на развитие экономических отношений с ЕС как путь выхода из кризиса распространена лишь немногим меньше (35,9%).

5. Представления о путях выхода из кризиса много говорят об ориентациях респондентов на тот или иной тип экономики и государственного управления. Эти ориентации имеют довольно четкую возрастную специфику: с увеличением возраста респондентов растет уровень поддержки таких мер, как увеличение размера пособий, льгот, пенсий, и, наоборот, падает поддержка таких мер, как развитие экономических отношений с ЕС, создание условий для развития бизнеса, ослабление государственного регулирования в экономике. Поддержка укрепления отношений и с ЕС, и с Россией, создания условий для развития бизнеса и ослабления государственного регулирования в экономике растет вместе с повышением уровня образования.

6. Уровень активности беларусских граждан в общественно-политической сфере остается крайне низким, опыт и формы участия в жизни страны редко выходят за рамки традиционного ритуального участия в выборах разного уровня. Только 6,6% респондентов когда-либо в жизни работали в общественных организациях, 5% имеют опыт участия в деятельности неформальных сообществ и инициатив, считанные единицы (1%) имеют опыт создания общественных организаций или собственных проекты в общественной, политической или культурной сфере. Из всех видов солидарных действий, которые объединяют добровольную активность граждан для достижения общественно значимых целей, только участие в акциях по сбору гуманитарной помощи или пожертвований распространено более-менее широко, остальные формы самоорганизации по-прежнему востребованы очень слабо. Только одна пятая респондентов имеет опыт участия в солидарных действиях хотя бы с некоторой периодичностью, для остальной части беларусского населения участие остается случайным, спорадическим.

7. Несмотря на то, что разные исследования фиксируют критически низкий уровень влияния беларусских граждан на принятие решений как на местном, так и на национальном уровне, как в реальности, так и в представлениях самих беларусов, большая часть респондентов считает, что те или иные институты и структуры представляют их интересы на национальном уровне. В качестве представителя своих интересов почти треть беларусского населения (32,6%) видит президента страны, 17,5% — депутатов местных советов, 13,3% — депутатов Национального собрания. Рейтинг СМИ, общественных

организаций и лидеров мнения колеблется в районе 7-8%, в конце списка «политических представителей» оказались политические партии.

8. Уровень знания и доверия к организациям гражданского общества остается довольно низким. Абсолютное большинство беларусских граждан ничего не знают о деятельности независимых НГО и гражданских инициатив, и этот уровень знания (а вернее, незнания) практически не зависит ни от продолжительности деятельности, ни от характера организации, ни от сферы ее деятельности. Довольно незначительная доля опрошенных (7,6%) считает, что общественные организации представляют их интересы на национальном уровне. Почти каждый десятый беларус (9,8%) отмечает готовность в ситуации нарушения своих прав обратиться к помощи правозащитных и иных общественных организаций. Более того, сравнение данных разных исследований показывает высокую степень неустойчивости оценок организаций гражданского общества по разным параметрам, что свидетельствует, скорее всего, о том, что представления о гражданском обществе, НГО, их специфике в массовом сознании беларусов остаются крайней размытыми и неглубокими, и поэтому испытывают сильное влияние ситуативных факторов.

9. Немного больше оптимизма вселяет уровень интереса беларусов к темам, важным для запуска трансформаций в конкретных сферах, не имеющих прямого отношения к политическим изменениям. Отметим довольно высокий уровень интереса к экологической проблематике, а также к вопросам истории Беларуси, сохранению культурного наследия. Одновременно с этим очевиден имитационный характер некоторых как бы уже идущих процессов реформирования: так, уровень знания и интереса к реформированию системы образования в связи с вступлением Беларуси в Болонский процесс остается крайне низким, несмотря на то, что с момента старта этих преобразований на момент опроса прошло уже больше года.

10. Группы, выделенные нами по критерию восприимчивости к инновациям, отличаются друг от друга по ряду рассматриваемых характеристик общественно-политической активности респондентов. Респонденты с высокой восприимчивостью к инновациям (ВВИ) гораздо критичнее оценивают изменения в экономике, гораздо позитивнее — изменения в международном положении Беларуси. В этой группе значительно выше уровень поддержки всех рыночных мер, так же как и поддержка развития экономических отношений и с Россией, и с ЕС. Более половины респондентов с ВВИ настроена на трансформацию ситуации, а не на ее сохранение, в то время как в группе с низкой восприимчивостью к инновациям (НВИ) таковых менее трети. Значимая связь существует также между общественной активностью и восприимчивостью к инновациям. Доля «периодически участвующих в солидарных действиях» среди респондентов с ВВИ более чем в два раза выше по сравнению с группой с НВИ. Также в этой группе сильнее выражен интерес ко всем предложенным темам, наиболее сильные различия фиксируются по темам, связанным с компьютеризацией и интернетом, использованием альтернативных источников энергии, Болонским процессом и формированием беларусской идентичности.

11. Что касается различий между носителями разных типов групповых идентификаций, то здесь наиболее явно выделяются «восточнославянская» и «универсальная». Обладатели данных типов идентичности более позитивно оценивают изменения во всех сферах жизни за последние 10 лет, среди них также больше сторонников изменения нынешней ситуации. Группа обладателей идентичности, названной нами «локальной», отличается от других максимальной долей тех, кто констатирует неизменность политической жизни в стране и наиболее негативно оценивает изменения в повседневной жизни людей.

Заключение

Подводя итоги проведенного анализа, вернемся к поставленным задачам и теоретическим полаганиям, которые лежат в основе исследования. Одной из задач этого исследования было построение в первом приближении системы критериев, которые позволили бы «схватить» характеристики «новых страт» в схеме «трех миров», предложенной беларусским философом и методологом Владимиром Мацкевичем. Надо признать, что выполнение этой задачи далеко от завершения. Использованный в данном исследовании набор критериев далеко не полон и не позволяет классифицировать группы, удовлетворяющие исходным посылкам модели. Одна из причин этой относительной неудачи — большое количество противоречий в оценках и установках респондентов, что может свидетельствовать как о низкой компетенции респондентов, так и о неадекватности используемых шкал. Тем не менее, полученные данные позволяют описать беларусское общество с точки зрения ряда значимых для анализа трансформационного потенциала характеристик.

Отправной точкой, главным критерием в данном случае является отношение беларусов к инновациям. Именно открытость общества к восприятию и реализации технических и социальных инноваций, наличие квалификации и человеческих качеств, позволяющих участвовать в глобальных процессах, определяет потенциал развития страны в ближайшем будущем. Наличие политической воли и запуск процессов реформ в различных сферах может актуализировать этот потенциал. Проведенное исследование позволяет описать беларусский социум как довольно сбалансированный в отношении к инновациям. Практически равные доли беларусов декларируют консервативную и инновационную стратегии потребления, почти равными по объему являются группы, которые мы выделили в качестве «полярных» по критерию восприимчивости к инновациям. В принципе, основные характеристики потребительского поведения позволяют рассчитывать на то, что реализация технических инноваций в Беларуси будет иметь довольно широкую базу поддержки, безусловно, при грамотном маркетинге и учете изменений в общей экономической ситуации в стране.

Менее оптимистично выглядят перспективы реализации социальных инноваций. В принципе, тот факт, что социальные и политические инновации выступают как более проблемные, и это отражается и на модальности восприятия, и на уровне знаний, и на характеристиках инновационного поведения, не характеризует беларусскую ситуацию как уникальную. Это характеристика общего процесса инновационного развития на современном нам этапе, когда осознание и учет влияния технических новшеств и разработок на человека и социальные отношения идет «постфактум», и социальные инновации часто запаздывают по сравнению с техническими. Однако в нашем случае мы имеем дело не столько с рассинхронизацией этих процессов, сколько с разницей в базовом восприятии, дефицитом гуманитарной компетентности. Конечно, радует, что и в нашей стране понемногу распространяются новые формы и представления об образовании и саморазвитии, социальной политике, организации пространства и времени, различные формы самозанятости и общественной активности, однако совокупный «вес» этих преобразований пока довольно незначителен.

Именно поэтому так важно описать места и формы, в которых «живет» инновационное поведение и установки на инновации сегодня. Одним из основных вопросов исследования было прояснение связи

между отношением к инновациям и другими важными для характеристики трансформационного потенциала критериями: самоидентификацией, образом жизни, общественно-политической активностью. Сконструированные нами группы респондентов с высокой и низкой восприимчивостью к инновациям выполняли роль модели, на которой мы пытались протестировать наличие или отсутствие этих связей. Понятно, что мы рассматриваем часть беларусского общества, которой мы приписываем высокую восприимчивость к инновациям, как «передовой класс», который является основной базой возможных демократических трансформаций. По нашей оценке, этот «класс» составляет около пятой части беларусского населения. Это весьма значительная доля, достаточная как для поддержки запускающихся процессов, так и для трансляции, введения конкретных инноваций «в моду» и т.п.

Что же представляет собой эта группа в социально-демографическом, самоидентификационном и образожизненном измерении? Социально-демографический «портрет» этой группы вполне предсказуем: по сравнению со «средним беларусом», а особенно по сравнению с «контрольной» группой с низкой восприимчивостью к инновациям, эта группа более молодая, более образованная, более городская.

Это люди, живущие с повышенной для беларусского общества интенсивностью, перемещающиеся по большому количеству мест и мероприятий, в связи с чем они имеют дефицит свободного времени. А значит, втягивание их в общественно-политическую жизнь потребует отказа от каких-то из практикуемых форм проведения или «утилизации» свободного времени.

При этом, в смысле культурно-исторического самоопределения и структур самоидентификаций, эта группа не имеет четких отличий от остальной части беларусского общества. Среди людей, которых мы относим к этому «классу», точно также распространены различные варианты представлений об исторической принадлежности Беларуси и ее культурной близости к одному из «полюсов» в системе координат «Восток—Запад». И хотя «восприимчивые к инновациям» демонстрируют чуть более высокую склонность идентифицироваться с западным вектором, эту характеристику нельзя назвать определяющей «портрет» или специфику группы.

Еще менее понятна ситуация со структурой идентичности. Как ни парадоксально, но среди респондентов с высокой восприимчивостью к инновациям оказалось больше носителей того типа идентичности, который мы обозначили как «локальный», и по сравнению с «контрольной» группой с низкой восприимчивостью к инновациям, и по сравнению с долей носителей «универсальной» идентичности. С определенной долей допущения можно сказать, что примерно третью часть восприимчивых к инновациям беларусов составляют люди «второго мира» (вписанные в инновационные процессы и имеющие локальную идентификацию, т.е. укорененные в стране) и немного меньше или примерно столько же — люди «первого мира» (имеющие универсальный тип идентификации). Конечно, это весьма приблизительные прикидки, для адекватной и уверенной оценки нужно много дополнительной информации, касающейся установок, компетенций, паттернов поведения респондентов.

Эта трудность связана в том числе с интересной, и даже несколько неожиданной, картиной групповых самоидентификаций беларусов в целом, которая выявилась в ходе исследовании. Впервые попытавшись задать растяжку между локальной и разными региональными и глобальными общностями, мы столкнулись с тем, что основное различие между беларусами состоит не в том, идентифицируют ли они

себя с западным или восточным миром, со странами и народами постсоветского пространства или с развитыми странами, а в том, присутствует ли у них идентификация себя с общностями большего масштаба, чем страна, или нет. Только один из выделенных типов самоидентификации можно охарактеризовать хоть и со слабой, но привязкой к культурно-историческому и геополитическому контексту (мы назвали его «восточнославянским»). Остальные два содержательно определенных типа безразличны ко всем этим измерениям: «локальный» тип характеризуется практически одинаковым отрицанием любых самоидентификаций, кроме «местной» и «беларусской»; «универсальный» — столь же последовательным принятием всех региональных и культурных контекстов (русского и европейского контекста, контекста развитых и постсоветских стран, православной и католической, а также советской, самоидентификации, мира в целом).

Что еще важно для описания группы с высокой восприимчивостью к инновациям, на которой сосредоточено наше внимание, это гораздо более выраженные установки на трансформацию ситуации, а не на ее сохранение, и более высокие характеристики общественной активности на фоне общего весьма низкого ее уровня. Также значимым для характеристики этой группы как базы трансформаций для программ и направлений, в которых особенно активны организации гражданского общества, является более высокий уровень актуализации среди восприимчивых к инновациям беларусов таких тем, как использование альтернативных источников энергии, Болонский процесс, формирование беларусской идентичности.

Нашу попытку дать позитивное описание потенциала общественных и экономических трансформаций мы завершим упоминанием трех негативных факторов, которые проявились в исследовании и которые представляют угрозы разного типа для трансформационных процессов.

Первый — это «ренессанс» советской идентификации. Незавершенные (и даже толком не запущенные) процессы десоветизации, трансляция ностальгии по советскому и опора на советскую историю и достижения в дискурсе беларусской власти и отсутствие системного противостояния этому со стороны проевропейски ориентированного гражданского общества привели к тому, что уровень самоидентификации с мифической, несуществующей общностью «советский народ» в 2016 году почти совпадает с уровнем начала 2000-х годов. Однако, по сравнению с теми временами, когда советская идентичность считалась «уходящей», исчезающей естественным путем, ее носители стали моложе, образованнее и урбанизированнее. Реванш советских ценностей и идентичности может стать серьезным затруднением на пути беларусизации и европеизации.

Второй (возможно, не столь серьезной, однако достойной упоминания) угрозой для страны вообще является крайне низкий градус актуализации в массовом сознании беларусов любых проблем, кроме экономических, и даже уже — проблем уровня жизни. Проблематика снижения уровня жизни вытесняет все иные угрозы и проблемы на периферию общественного сознания и восприятия, и с ухудшением общей экономической ситуации беларусы будут еще менее чувствительны ко всем иным как внутренним, так и внешним вызовам. Это, с одной стороны, затрудняет получение поддержки любых программ, не приводящих напрямую и быстро к повышению уровня жизни населения (т.е. вообще всех, кроме популистских), а во-вторых, создает угрозы безопасности страны.

И, наконец, третий негативный фактор, который особенно важен в контексте анализа роли и места гражданского общества в трансформационных процессах, — это непреодолимые (или, во всяком случае, до сих пор не преодоленные) барьеры между довольно узким кругом активистов, собранных и действующих в формах НГО, и «широкими массами» беларусов. Пусть даже и не очень широкими, но достаточными для запуска процессов изменений хотя бы в отдельных областях. Социальный капитал и известность — необходимые характеристики субъектности, которая в состоянии запускать какие-либо деятельностные программы. Уровень же известности большинства значимых, имеющих проекты и программы изменений, НГО, по данным исследования, редко превышает порог ошибки выборки. Более того, беларусское общество вообще слабо различает разные формы общественной и политической активности, и вряд ли большинство беларусов в состоянии отличить ГОНГО от нормального НГО, правозащитников от адвокатов, публичного интеллектуала от популиста, квалифицированного аналитика от демагога. Накопленный за годы существования экспертный и деятельностный потенциал «третьего сектора» требует капитализации и, возможно, перевода в новые формы организованности и позиционирования, которые позволили бы преодолеть этот барьер в трансляции и распознавании. Пока единственной, и то довольно слабо проработанной, идеей в этом направлении является идея «четвертого сектора»[32].

[32] См.: **Гражданское общество и проблемы современных социальных трансформаций.** Доклад Татьяны Водолажской на международной конференции Центра европейской трансформации «Посткоммунистические трансформации: переосмысление программ демократического транзита» (Минск, 28 ноября 2014 года) // *YouTube*-канал *EuroBelarus life*. — 30.11.2014: https://www.youtube.com/watch?v=B6WAJCR3ONk; *Дацюк С.* **Чацвёрты сектар** (Пераклад з украінскай мовы) // Цэнтр еўрапейскай трансфармацыі. — 25.12.2014: https://cet.eurobelarus.info/by/library/publication/2014/12/25/chatsverty-sektar.html.



ЦЭНТР ЕЎРАПЕЙСКАЙ ТРАНСФАРМАЦЫІ
CENTRE FOR EUROPEAN TRANSFORMATION

Социальная база
программ трансформаций в Беларуси

Отчет по результатам исследования

Автор: **Оксана Шелест**

Редактор и корректор: **Андрей Шутов**

Оформление: **Андрей Шутов**

Центр европейской трансформации (ЦЕТ) — независимый беларусский *think-tank*, основанный в марте 2010 года. ЦЕТ входит в структуру Международного консорциума «ЕвроБеларусь».



Центр европейской трансформации
Минск, Беларусь

cet@eurobelarus.info
cet.eurobelarus.info
+375 29 6185388
 Facebook  Twitter  VKontakte